

ALFRED E. OTT

PREISTHEORIE

EINE EINFÜHRUNG

1978

WISSENSCHAFTLICHE BUCHGESELLSCHAFT
DARMSTADT

INHALTSVERZEICHNIS

I. Objekt und Methoden der Preistheorie	1
II. Marktformen, Zielsetzungen und Verhaltensweisen	7
1. Marktformen.	7
2. Zielsetzungen und Verhaltensweisen.	20
III. Die Nachfrage	27
1. Nachfragerverhalten.	27
2. Nachfrageelastizitäten.	36
IV. Das Angebot	47
1. Die Zusammenhänge zwischen Produktionskosten und Angebot	47
2. Angebotselastizitäten.	66
V. Die Preisbildung beim Polypol auf dem vollkommenen Markt	74
1. Der Gesamtmarkt.	74
2. Die Situation des einzelnen Anbieters.	85
VI. Die Preisbildung beim Polypol auf dem unvollkommenen Markt	97
1. Die Lösung Chamberlins.	97
2. Die Lösung Machlups und Gutenbergs.	103
VII. Die Preisbildung beim Monopol	105
VIII. Die Preisbildung beim Oligopol	118
1. Die Preisbildung auf dem vollkommenen Markt	118
2. Die Preisbildung auf dem unvollkommenen Markt	123
IX. Ausblick auf weitere Probleme der Preistheorie	134
X. Anhang: Ein einfaches Verfahren zur Errechnung von Isogewinnkurven.	141

Literaturverzeichnis.143
Register.149