

Spis treści

Wstęp	9
Rozdział I. Istota rynku	11
1. Pojęcie rynku	11
2. Miejsce rynku w procesach gospodarowania	15
3. Podmioty rynku	19
4. Elementy rynku	22
5. Mechanizm rynkowy	25
6. Procesy negocjacyjne i konkurencyjne	29
7. Rodzaje rynku	33
8. Segmenty rynku	37
Rozdział II. Struktury rynku	41
1. Struktury — postępowanie — efekty	41
2. Struktura podmiotowa rynku	45
3. Struktura przedmiotowa rynku	49
4. Przewaga negocjacyjna	52
5. Przewaga konkurencyjna	57
6. Efekty działania na rynku	62
7. Fazy rozwojowe rynku	65
Rozdział III. Popyt jako element rynku	70
1. Popyt i jego rodzaje	70
2. Czynniki kształtujące popyt	74
3. Podmioty popytu	79
4. Popyt a dochody	83
5. Popyt a ceny	87
6. Mobilność popytu	95
7. Kształtowanie popytu	98

Rozdział IV. Podaż jako element rynku	102
1. Podaż oraz jej rodzaje	102
2. Źródła i podmioty podaży	106
3. Czynniki wpływające na podaż	109
4. Podaż a sfera realna	113
5. Podaż a ceny	115
6. Innowacje w dziedzinie podaży	123
7. Kształtowanie podaży	126
Rozdział V. Równowaga rynku	130
1. Stan równowagi rynku	130
2. Równowaga rynku produktów i usług	133
3. Równowaga rynku pracy	137
4. Równowaga rynku pieniądza	142
5. Ceny maksymalne i minimalne a równowaga	145
6. Równowaga rynku a zmiany popytu	150
7. Równowaga rynku a zmiany podaży	153
8. Związki między równowagą różnych rodzajów rynku	157
Rozdział VI. Monopol na rynku	163
1. Pojęcie monopolu i jego źródła	163
2. Funkcjonowanie monopolu	167
3. Funkcjonowanie monopsonu	172
4. Monopol dwustronny	178
5. Porozumienia monopolistyczne	180
6. Praktyki monopolistyczne	185
7. Demonopolizacja rynku	188
Rozdział VII. Formy oraz intensywność konkurencji	195
1. Formy konkurencji	195
2. Konkurencja polipolistyczna	199
3. Konkurencja monopolistyczna	203
4. Konkurencja oligopolistyczna	209
5. Koncepcja intensywności konkurencji	214
6. Potencjalna intensywność konkurencji	218
7. Efektywna intensywność konkurencji	222

Rozdział VIII. Mechanizm oraz instrumenty konkurencji	227
1. Mechanizm konkurencji na rynku	227
2. Rodzaje instrumentów konkurencji	229
3. Instrumenty konkurencji a kryteria zakupu	233
4. Instrumenty konkurencji a fazy rozwojowe rynku	237
5. Instrumenty konkurencji a formy rynku	242
6. Instrumenty konkurencji a stopień doskonałości rynku	246
7. Zależności między instrumentami konkurencji	250
Rozdział IX. Interwencjonizm państwa na rynku	255
1. Podstawy interwencjonizmu	255
2. Państwo jako podmiot rynku oraz interwencjonizmu	258
3. Formuła interwencjonizmu państwa na rynku	262
4. Przedmiot interwencjonizmu państwa na rynku	265
5. Interwencjonizm pośredni na rynku	269
6. Interwencjonizm bezpośredni na rynku	273
7. Instrumenty interwencjonizmu na rynku	277
Bibliografia	282