

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<i>Πρόλογος της επιμελήτριας</i>	13
<i>Εισαγωγή</i>	15

ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ: ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Κεφάλαιο 1: Τι είναι η βιομηχανική οργάνωση;	23
1.1 Ένα παράδειγμα	24
1.2 Κεντρικά ερωτήματα	26
1.3 Τι ακολουθεί...	33
<i>Περίληψη</i>	35
<i>Βασικές έννοιες</i>	35
<i>Ασκήσεις αναθεώρησης και εξάσκησης</i>	35
Κεφάλαιο 2: Βασική μικροοικονομική	36
2.1 Ζήτηση	36
2.2 Κόστη	39
2.3 Μεγιστοποίηση κέρδους	46
2.4 Αποτελεσματικότητα	48
<i>Περίληψη</i>	52
<i>Βασικές έννοιες</i>	52
<i>Ασκήσεις αναθεώρησης και εξάσκησης</i>	53
<i>Επιπλέον άσκηση</i>	56
Κεφάλαιο 3: Η επιχείρηση	57
3.1 Οι επιχειρήσεις μεγιστοποιούν τα κέρδη;	57
3.2 Τι προσδιορίζει τα όρια μιας επιχείρησης;	63
3.3 Γιατί διαφέρουν οι επιχειρήσεις;	66
<i>Περίληψη</i>	68
<i>Βασικές έννοιες</i>	68
<i>Ασκήσεις αναθεώρησης και εξάσκησης</i>	69
<i>Επιπλέον ασκήσεις</i>	70

Κεφάλαιο 4: Παίγνια και στρατηγική	71
4.1 Δεσπόζουσες στρατηγικές, κυριαρχούμενες στρατηγικές και ισορροπία Nash	73
4.2 Διαδοχικά παίγνια: Δέσμευση και προς τα πίσω επαγωγή	78
4.3 Επαναλαμβανόμενα παίγνια	83
<i>Περίληψη</i>	86
<i>Βασικές έννοιες</i>	87
<i>Ασκήσεις αναθεώρησης και εξάσκησης</i>	87
<i>Επιπλέον άσκηση</i>	90

ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ:
ΑΠΟ ΤΟ ΜΟΝΟΠΩΛΙΟ ΣΤΟΝ ΤΕΛΕΙΟ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟ

Κεφάλαιο 5: Μονοπώλιο και ρύθμιση	93
5.1 Μονοπώλιο	93
5.2 Ρύθμιση	100
5.3 Απαραίτητες εγκαταστάσεις και τιμολόγηση πρόσβασης	104
<i>Περίληψη</i>	108
<i>Βασικές έννοιες</i>	108
<i>Ασκήσεις αναθεώρησης και εξάσκησης</i>	109

Κεφάλαιο 6: Τέλειος (και σχεδόν τέλειος) ανταγωνισμός	111
6.1 Τέλειος ανταγωνισμός	111
6.2 Από τη θεωρία στα συλλιζαρισμένα γεγονότα	113
6.3 Ανταγωνιστική επιλογή	116
6.4 Μονοπωλιακός ανταγωνισμός	119
6.5 Τι ακολουθεί...	123
<i>Περίληψη</i>	124
<i>Βασικές έννοιες</i>	124
<i>Ασκήσεις αναθεώρησης και εξάσκησης</i>	125

ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ:
ΟΛΙΓΟΠΩΛΙΟ

Κεφάλαιο 7: Ανταγωνισμός ολιγοπωλίου	129
7.1 Υπόδειγμα Bertrand	130
7.2 Τιμολόγηση με περιορισμούς δυναμικότητας	133
7.3 Το υπόδειγμα Cournot	136
7.4 Bertrand εναντίον Cournot	143
7.5 Λειτουργία των υποδειγμάτων: Συγκριτική στατική	145

<i>Περίληψη</i>	156
<i>Βασικές έννοιες</i>	156
<i>Ασκήσεις αναθεώρησης και εξάσκησης</i>	156
<i>Επιπλέον άσκηση</i>	157
Κεφάλαιο 8: Συμπαιγνία	158
8.1 Η επαναλαμβανόμενη αλληλεπίδραση και η σταθερότητα των συμφωνιών συμπαιγνίας	159
8.2 Πόλεμοι τιμών	165
8.3 Παράγοντες που διευκολύνουν τη συμπαιγνία	170
8.4 Δημόσια πολιτική	178
<i>Περίληψη</i>	179
<i>Βασικές έννοιες</i>	180
<i>Ασκήσεις αναθεώρησης και εξάσκησης</i>	180
<i>Επιπλέον ασκήσεις</i>	184
Κεφάλαιο 9: Διάρθρωση αγοράς και δύναμη αγοράς	185
9.1 Συγκέντρωση και δύναμη αγοράς: θεωρία	185
9.2 Συγκέντρωση και δύναμη αγοράς: εμπειρική εκτίμηση	190
9.3 Συμπεριφορά και δύναμη αγοράς: εμπειρική εκτίμηση	194
<i>Περίληψη</i>	198
<i>Βασικές έννοιες</i>	198
<i>Ασκήσεις αναθεώρησης και εξάσκησης</i>	198
<i>Επιπλέον ασκήσεις</i>	199
ΜΕΡΟΣ ΤΕΤΑΡΤΟ:	
ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΤΙΜΗΣ ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΕΚΤΟΣ ΤΙΜΗΣ	
Κεφάλαιο 10: Διάκριση τιμών	203
10.1 Είδη διάκρισης τιμών	205
10.2 Διάκριση τιμών τρίτου βαθμού	207
10.3 Μη γραμμική τιμολόγηση	209
10.4 Δημιουργία διαφορετικών εκδοχών, πακέτων και άλλες μορφές διαχωρισμού των καταναλωτών	212
10.5 Η διάκριση τιμών είναι νόμιμη; Θα έπρεπε να είναι;	219
<i>Περίληψη</i>	222
<i>Βασικές έννοιες</i>	222
<i>Ασκήσεις αναθεώρησης και εξάσκησης</i>	223
<i>Επιπλέον ασκήσεις</i>	225

Κεφάλαιο 11: Κάθετες σχέσεις	228
11.1 Διπλή αριστοποίηση και διμερής τιμολόγηση.	229
11.2 Ανταγωνισμός μεταξύ των πωλητών λιανικής	233
11.3 Εξωτερικότητες επενδύσεων	233
11.4 Έμμεσος έλεγχος.	235
11.5 Ανταγωνισμός κατασκευαστών	236
11.6 Οι κάθετοι περιορισμοί είναι νόμιμοι; Θα έπρεπε να είναι;	240
<i>Περίληψη</i>	241
<i>Βασικές έννοιες</i>	242
<i>Ασκήσεις αναθεώρησης και εξάσκησης</i>	242
<i>Επιπλέον ασκήσεις</i>	244
 Κεφάλαιο 12: Διαφοροποίηση προϊόντος	 246
12.1 Οριζόντια διαφοροποίηση, κάθετη διαφοροποίηση και η προσέγγιση των χαρακτηριστικών	247
12.2 Διαφοροποίηση προϊόντος και δύναμη αγοράς	253
12.3 Τοποθέτηση προϊόντος.	257
12.4 Ατελής πληροφόρηση και κόστη αλλαγής	259
<i>Περίληψη</i>	262
<i>Βασικές έννοιες</i>	263
<i>Ασκήσεις αναθεώρησης και εξάσκησης</i>	263
<i>Επιπλέον ασκήσεις</i>	264
 Κεφάλαιο 13: Διαφήμιση	 265
13.1 Πληροφόρηση, πειθώ και σήμανση	265
13.2 Ένταση της διαφήμισης	269
13.3 Ανταγωνισμός των τιμών και διαφήμιση	274
<i>Περίληψη</i>	279
<i>Βασικές έννοιες</i>	279
<i>Ασκήσεις αναθεώρησης και εξάσκησης</i>	279
<i>Επιπλέον ασκήσεις</i>	281
 ΜΕΡΟΣ ΠΕΜΠΤΟ: ΕΙΣΟΔΟΣ ΚΑΙ ΕΞΟΔΟΣ	
 Κεφάλαιο 14: Κόστος εισόδου, διάρθρωση αγοράς και ευημερία	 285
14.1 Κόστος εισόδου και διάρθρωση αγοράς	287
14.2 Ενδογενές και εξωγενές κόστος εισόδου.	292
14.3 Ελεύθερη είσοδος και κοινωνική ευημερία	298
<i>Περίληψη</i>	302

<i>Βασικές έννοιες</i>	302
<i>Ασκήσεις αναθεώρησης και εξάσκησης</i>	302
<i>Επιπλέον ασκήσεις</i>	303
Κεφάλαιο 15: Στρατηγική συμπεριφορά, είσοδος και έξοδος	306
15.1 Αποτροπή εισόδου	307
15.2 Ληστρική συμπεριφορά	318
15.3 Συγχωνεύσεις και εξαγορές	328
<i>Περίληψη</i>	338
<i>Βασικές έννοιες</i>	338
<i>Ασκήσεις αναθεώρησης και εξάσκησης</i>	339
<i>Επιπλέον ασκήσεις</i>	340
ΜΕΡΟΣ ΕΚΤΟ: ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ	
Κεφάλαιο 16: Έρευνα και ανάπτυξη	345
16.1 Διάρθρωση αγοράς και κίνητρα R&D	347
16.2 Η δυναμική του ανταγωνισμού σε R&D	350
16.3 Δημόσια πολιτική	359
<i>Περίληψη</i>	365
<i>Βασικές έννοιες</i>	365
<i>Ασκήσεις αναθεώρησης και εξάσκησης</i>	365
Κεφάλαιο 17: Δίκτυα και πρότυπα	367
17.1 Προσδοκίες καταναλωτών και κρίσιμη μάζα	368
17.2 Ιστορική εξάρτηση	371
17.3 Υπερβάλλουσα αδράνεια και υπερβάλλουσα ώθηση	376
17.4 Συμβατότητα	381
17.5 Δημόσια πολιτική	384
<i>Περίληψη</i>	386
<i>Βασικές έννοιες</i>	387
<i>Ασκήσεις αναθεώρησης και εξάσκησης</i>	387
<i>Επιπλέον ασκήσεις</i>	389
<i>Σημειώσεις</i>	393