

Teil II

Unternehmenstheorie

Wie in Kap. A erläutert, dient die Haushaltstheorie u. a. dazu, Nachfragefunktionen für Güter herzuleiten, während in der Unternehmenstheorie die Determinanten der Angebotsfunktionen für Güter bestimmt werden. Im dritten Teil dieses Buches werden dann die Nachfrage- und die Angebotsanalysen zur Untersuchung von Märkten zusammengeführt. Zur Herleitung der individuellen Angebotsfunktionen werden wir in diesem Teil die Unternehmenstheorie darstellen.

In unserer einfachen Modellwelt ist eine Unternehmung, etwas flapsig ausgedrückt, eine Produktionsfunktion auf der Suche nach dem Gewinnmaximum. Tatsächlich spielt die Produktionsfunktion eine ganz entscheidende Rolle. Die Produktionstheorie wird in Kap. I dargestellt. Aus der Produktionstheorie entwickeln wir die Kostentheorie, die Gegenstand von Kap. J ist. Der Gewinn eines Unternehmens ist als Differenz von Erlös und Kosten definiert. Da wir uns mit dem Erlös bereits in Kap. H beschäftigt haben, ist nun die Gewinntheorie nicht mehr schwer. Diese wird in Kap. K entwickelt. Es ist die Aufgabe der Gewinntheorie, die individuellen Angebotsfunktionen herzuleiten. Schließlich werden wir, analog der Nachfrageanalyse, aus den individuellen Angebotsfunktionen die Marktangebotsfunktion herleiten.

Der vorliegende Teil II dieses Buches ist nach den Anstrengungen des Teils I recht leicht verständlich. Viele Konzepte und Vorgehensweisen können vom ersten auf den zweiten Teil übertragen werden. Es gibt nur eine wesentliche Ausnahme: Wir werden im Gegensatz zur Nachfrageanalyse durchgängig kurz- und langfristige Kosten- und Gewinnfunktionen unterscheiden.