

Oppsummering

Astrid Marie Jorde Sandsør

Mandag 12.11.2012

Veien videre

- ▶ Les kapittel 22
- ▶ Asymmetrisk informasjon
- ▶ Politisk økonomi
- ▶ Adferdsøkonomi

Asymmetrisk informasjon

- ▶ Ikke alle aktører i et marked besitter den samme informasjonen
- ▶ Knyttet til adferd eller til type
- ▶ Begreper
 - ▶ **Skjevt utvalg (adverse selection):** en aktør observerer ikke hva slags type en annen aktør er (i situasjoner der det er av betydning)
 - ▶ Eksempel: forsikringsmarked med “risiko” typer og “sikre” typer
 - ▶ **Moralsk hasard (moral hazard):** en aktør kan ikke observere hva en annen aktør gjør (i situasjoner der det er av betydning)
 - ▶ Eksempel: du blir mer uforsiktig av å ha forsikring (installerer ikke brannalarm fordi du har forsikring)
 - ▶ **Signalisering (signaling):** noe en informert aktør gjør for å signalisere til en uinformert aktør hva slags type man er
 - ▶ Eksempel: utdanning
 - ▶ **Screening:** noe en uinformert aktør gjør for å finne ut hva slags type en informert aktør er

Politisk økonomi

- ▶ Sammenhengen mellom politikk og økonomi
- ▶ Begreper
 - ▶ Medianvelger-teorien
 - ▶ Condorcet velgerparadox
 - ▶ Politikere med egne preferanser

Adferdsøkonomi

- ▶ Ikke rasjonell adferd
- ▶ Knyttet til psykologien
- ▶ Bruker mye av psykologiteoriene fra NRK-serien “Folkeopplysningen”
- ▶ Ultimatum-spill: dele 100kr
- ▶ Tidsinkonsistens: Det du foretrekker idag å gjøre imorgen, er ikke det samme du foretrekker å gjøre når morgendagen kommer

Alternativkostnad

- ▶ Engelsk: Opportunity cost
- ▶ Hva en knapp ressurs er verdt i sin beste alternative anvendelse
- ▶ Poenget er at ved å bruke en knapp ressurs i en bestemt anvendelse, går vi glipp av det denne ressursen ville kunne gitt i gevinst i en alternativ anvendelse. Det er dette som menes med begrepet alternativkostnad ("opportunity cost").
- ▶ Hvis jeg eksempelvis bruker to timer på å hugge ved, kan jeg ikke samtidig bruke disse to timene til noe annet, for eksempel å male gjerdet. Alternativkostnaden ved å utføre en av aktivitetene, kan uttrykkes ved verdien av den aktiviteten som da ikke blir utført.
- ▶ Vedhogsten koster den ikke-utførte malejobben, og tilsvarende koster malejobben den ikke-utførte vedhogsten.

Fullkommen konkurranse

- ▶ Engelsk: Perfect Competition
- ▶ Et marked der det er så mange kjøpere og selgere at ingen har en merkbar påvirkning på prisen og dermed oppfatter prisen som gitt (prisfaste kvantumstilpassere)
- ▶ Andre forutsetninger (de viktigste):
 - ▶ Homogene goder (like goder)
 - ▶ Full informasjon (alle vet alt om alt)
 - ▶ Fravær av markedsrett
- ▶ Likevekt er en situasjon hvor prisen som oppstår er slik at det som tilbys i markedet er lik det som etterspørres i markedet, slik at $x^E = x^T$. Ved fullkommen konkurranse gir dette den **pareto-optimale tilpasningen**, der **samfunnsøkonomisk overskudd** er maksimert, den **effektive tilpasningen**

Markedslikevekt

- ▶ Kvantum og pris som oppstår i markedet
- ▶ Ved fullkommen konkurranse kjennetegnes det av at tilbud er lik etterspørsel, slik at det som etterspørres er lik det som tilbys
- ▶ Ved markedsrett kjennetegnes markedslikevekten et et lavere kvantum og en høyere pris

Marginal betalingsvillighet, Indifferenskurve

- ▶ Forkortelse: MBV
- ▶ Engelsk: Marginal Rate of Substitution (MRS)
- ▶ Hvor mye du er villig til å oppgi av et gode for å få en enhet til av et annet gode
- ▶ Engelsk: Indifference curve
- ▶ Kurve som viser ulike kombinasjoner av to goder som gir like samme nyttenivå for konsumenten. Man er med andre indifferent mellom de ulike punktene på kurven
- ▶ Helningen til indifferenskurven er MBV i det punktet

Budsjettbetingelse

- ▶ Engelsk: Budget Constraint
- ▶ Forteller hvilke kombinasjoner av goder man kan kjøpe til en gitt inntekt
- ▶ I to gode tilfelle kan vi skrive budsjettbetingelsen som $p_1x_1 + p_2x_2 = y$, der p_2 er pris på gode 2, p_1 er pris på gode 1 og y er inntekt
- ▶ I et (x_1, x_2) diagram, kan man tegne budsjettlinjen som $x_2 = \frac{y}{p_2} - \frac{p_1}{p_2}x_1$ som viser hvilke godekombinasjoner som gjør at man bruker opp hele budsjettet
- ▶ Hvis inntekten øker, flytter budsjettlinjen utover og vice versa
- ▶ Hvis prisen på gode 1 øker, flytter budsjettlinjen inn langs aksene til x_1 , og motsatt hvis prisen på gode 2 øker

Prisoverveltning

- ▶ Når man pålegger en skatt eller gir et subsidie til konsumentene eller produsentene, vil skatten/subsidie velte over på den som ikke får skatten/subsidie
- ▶ Dette kalles prisoverveltning
- ▶ Skatten/subsidie deles mellom produsent og konsument, hvem som betaler/får mest vil komme an på hvor elastisk tilbud og etterspørsel er
- ▶ Nærmere bestemt vil forholdet mellom de to avgiftsandelene være lik forholdet mellom helningene på tilbuds-og etterspørselskurvene, som igjen er lik forholdet mellom tilbuds-og etterspørselastisiteten
- ▶ Det har ingenting å si hvem som får skatten/subsidie, resultatet blir det samme

Etterspørselskurven

- ▶ Forkortelse: E
- ▶ Engelsk: Market demand function (D)
- ▶ For hver konsument: Forteller hvor mye konsumenten er villig til å kjøpe av et gode til en gitt pris
- ▶ Tilpasser seg der pris er lik marginal betalingsvillighet (MBV) (Marginal Rate of Substitution, MRS)
- ▶ For markedet: Forteller hvor mye alle konsumentene er villig til å kjøpe av et gode til en gitt pris
- ▶ Heller som regel nedover i (x,p) diagram, lavere pris gir høyere etterspørsel og vice versa

Tilbudskurven

- ▶ Forkortelse: T
- ▶ Engelsk: Market supply function (S)
- ▶ For hver produsent: Forteller hvor mye produsenten er villig til å produsere av et gode til en gitt pris
- ▶ Tilpasser seg der pris er lik marginalkostnad (MK)
- ▶ For markedet: Forteller hvor mye alle produsentene er villig til å produsere av et gode til en gitt pris
- ▶ Heller som regel oppover i (x,p) diagram, høyere pris gir høyere tilbud og vice versa

Marginalkostnad

- ▶ Forkortelse: MK
- ▶ Engelsk: **Marginal Cost (MC)**
- ▶ Annet ord: **Grensekostnad (GK)**
- ▶ Hvordan totale kostnader ($c(x)$) endres hvis vi endrer produksjonen (x) litt (med en enhet)
- ▶ Marginalkostnadskurven tegnes i (x,p) diagram og heller som regel oppover i det aktuelle produksjonsintervallet
- ▶ Noen ganger antar vi at marginalkostnader er konstante, da tegnes de som en rett linje i (x,p) diagrammet

Gjennomsnittskostnad

- ▶ Engelsk: **Average Costs (AC)**
- ▶ Hvis vi har flere ulike kostnadstyper, skiller vi mellom gjennomsnittlige variable kostnader (**Average Variable Costs, AVC**), gjennomsnittlige faste kostnader (**Average Fixed Costs, AFC**) og summen som er gjennomsnittlige totale kostnader (**Average Total Costs, ATC**)
- ▶ VC er kostnader som varierer med produsert mengde
- ▶ FC er kostnader som ikke varierer med produsert mengde
- ▶ Vi finner gjennomsnittskostnader ved å dele aktuelle kostnader på antall enheter, $AVC=VC/X$, $AFC=FC/X$, $ATC=AVC+AFC=VC/X+FC/X=TC/X$
- ▶ Marginalkostandskurven krysser ATC og AVC kurven i deres laveste punkt
- ▶ AFC kurven er fallende
- ▶ For at bedriften skal ha positiv profitt, må pris være høyere enn ATC.

Ugjenkallelige kostnader

- ▶ Engelsk: **Sunk Costs**
- ▶ Kostnader som vi ikke får igjen
- ▶ Slike kostnader, når de først er brukt, påvirker ikke lenger beslutningsprosessen vår siden vi ikke kan få dem igjen
- ▶ Eksempel 1: Kinobillett som mistes
- ▶ Eksempel 2: Investeringskostnader til bedrift. Hvis man først har brukt pengene, er optimal produksjon bare avhengig av VC, ikke VC og FC.

Marginalinntekt

- ▶ Engelsk: Marginal Revenue (MR)
- ▶ Hvordan inntekten (PX) endres hvis vi endrer produksjonen (X) litt (med en enhet)
- ▶ For produsentene i fullkommen konkurranse er marginalinntekt lik pris, $MR = P$
- ▶ Produsenten avveier inntekten ved å selge èn enhet mer, marginalinntekt (Marginal revenue, MR), opp mot kostnaden ved å produsere èn enhet mer, marginalkostnad (MK/MC)
- ▶ For monopol er marginalinntekt lavere enn pris $MR < P$ (price effect, output effect)
- ▶ Marginalinntektskurven for monopolist ligger innenfor etterspørselskurven
- ▶ Monopolisten avveier inntekten ved å selge èn enhet mer, marginalinntekt (Marginal revenue, MR), opp mot kostnaden ved å produsere èn enhet mer, marginalkostnad (MK/MC)

Marginalproduktivet

- ▶ Forkortelse: MP
- ▶ Engelsk: Marginal Product (MP)
- ▶ Hvordan produsert mengde (X) endres dersom man øker innsatsfaktoren (f.eks. arbeidskraft n) litt (med en enhet)
- ▶ Tenker oss at den kan øke til å begynne med, men synker etterhvert på grunn av kapasitetsbegrensning (f.eks. flere og flere arbeidere i et kontorlokale)
- ▶ Forenkler slik at vi bare ser på synkende MP ved arbeidsetterspørsel
- ▶ MP øker når MK synker og vice versa

Gjennomsnittsproduktivitet

- ▶ Total produkt produsert (X) delt på antall enheter med innsatsfaktor (f.eks. arbeidskraft n), X/n
- ▶ Øker som regel til å begynne med, og så synker
- ▶ Marginalproduktivitet krysser gjennomsnittsproduktiviteten der gjennomsnittsproduktiviteten er på sitt høyeste
- ▶ Gjennomsnittsproduktivitet øker når gjennomsnittskostnader synker og vice versa

Etterspørselastisitet

- ▶ Engelsk: Price Elasticity of Demand
- ▶ Hvor mye etterspørselen endrer seg i prosent når pris endres med en prosent
- ▶ $\epsilon/p x^E = \frac{\frac{\Delta x}{x}}{\frac{\Delta p}{p}} = \frac{\Delta x}{\Delta p} \frac{p}{x}$ = prosentvis endring i x delt på prosentvis endring i p
- ▶ Hvor mye endrer x seg i prosent i forhold til hvor mye pris endrer seg i prosent
- ▶ Er som regel negativ, men oppgis ofte i absoluttverdi, $|\epsilon/p x^E|$
- ▶ $|\epsilon/p x^E| > 1$: Elastisk etterspørsel
- ▶ $|\epsilon/p x^E| < 1$: Uelastisk etterspørsel
- ▶ $|\epsilon/p x^E| = 1$: Nøytralelastisk etterspørsel

Konsumentoverskudd

- ▶ Forkortelse: KO
- ▶ Samlet nytteoverskudd, målt i kroner, av at konsumentenes betalingsvillighet **ikke** utnyttes fullt ut
- ▶ Maksimal betalingsvillighet fratrukket pris for alle konsumenter
- ▶ Etterspørselskurven uttrykker marginal betalingvillighet for alle konsumentene
- ▶ Konsumentoverskuddet er arealet under etterspørselskurven ned til prisen konsumentene betaler for alle solgte enheter
- ▶ MBV-p for alle x

Produsentoverskudd

- ▶ Forkortelse: PO
- ▶ Samlet merinntekt utover produsentens marginalkostnader
- ▶ Differansen mellom konsumentens samlede salgsinntekter og variable kostnader
- ▶ Tilbudskurven uttrykker marginalkostnaden for alle produsentene
- ▶ Produsentoverskuddet er arealet over tilbudskurven opp til prisen produsentene får for alle produserte enheter
- ▶ p -MK for alle x

Samfunnsøkonomisk overskudd

- ▶ Forkortelse: SO
- ▶ Summen av konsumentoverskudd (KO) og produsentoverskudd (PO) (hvis det ikke er skatter og subsidier)
- ▶ Summen av konsumentoverskudd og produsentoverskudd pluss skatteinntekter minus subsidieutgifter (hvis skatt og/eller subsidie)
- ▶ Ved eksternaliteter, må vi også ta hensyn til eksternalitetens kostnad/gevinst
- ▶ En effektiv allokering er en allokering som maksimerer samfunnsøkonomisk overskudd. Det er en pareto-optimal allokering
- ▶ Ved fullkommen konkurranse (uten markedssvikt) maksimeres samfunnsøkonomisk overskudd i markedslivekten

Samfunnøkonomisk overskudd

- ▶ $SO = KO + PO$
- ▶ $SO = MBV - p + p - MK$
- ▶ $SO = MBV - MK$
- ▶ SO kan vi altså finne direkte ved å se på forskjellen mellom hva konsumenten er villig til å betale for hver enhet og hva det faktisk koster produsenten å produsere hver enhet
- ▶ Dersom $MBV > MK$ for x , øker SO ved økt x
- ▶ Dersom $MK > MBV$ for x , øker SO ved redusert x
- ▶ SO er dermed maksimert der $MK = MBV$, der tilbud er lik etterspørsel

Pareto-optimalitet

- ▶ Med en **Pareto-optimal allokering** (fordeling) menes en situasjon der ingen kan få det bedre, uten at minst én annen får det verre.
 - ▶ Pareto-begrepet er et rent effektivitetsbegrep
 - ▶ Pareto-begrepet er fordelingsnøytralt
- ▶ I et Pareto-optimum finnes det med andre ord ingen alternative omfordelinger som godtas av alle, det er ikke mulig å bedre en aktørs stilling uten at det går ut over andre.
- ▶ Dersom dette faktisk var mulig, det vil si dersom minst én aktør kunne få det bedre uten at noen fikk det verre, ville en **Pareto-forbedring** kunne realiseres
- ▶ I et Pareto-optimum er altså alle slike Pareto-forbedringer uttømt
- ▶ Amartya Sen (1970): “An economy can be Pareto Optimal and still be perfectly disgusting.” Allokeringen kan gi alt til en person, ingenting til alle de andre. Dette er Pareto-optimalt så lenge den som har fått alt, ikke ville foretrekke mindre av noe.

Pareto-optimalitet

Betingelser for Pareto-optimal allokering

1. Maringalkostnadene ved å produsere en vare (tjeneste) må være den samme for alle produsentene
2. Marginal betalingsvillighet for en vare - målt i enheter av den andre varen - må være den samme for alle konsumentene
3. Marginal betalingsvillighet for en vare må være lik marginalkostnaden ved å produsere varen
4. Marginalavkastningen på innsatsfaktoren må være lik i alle anvendelser (egentlig punkt 2.)

Normale og mindreverdige goder

- ▶ Normale goder er goder man kjøper mer av dersom inntekten øker og vice versa
- ▶ Dette innebærer at de har en inntektselastisiteten (Income Elasticity of Demand) som er positiv
- ▶ Eksempler: bil, bolig, klær
- ▶ Mindreverdige goder er goder man kjøper mindre av dersom inntekten øker og vice versa
- ▶ Dette innebærer at de har en inntektselastisiteten (Income Elasticity of Demand) som er negativ
- ▶ Eksempler: havregryn, bussbilletter, first price produkter

Alminnelige og giffengoder

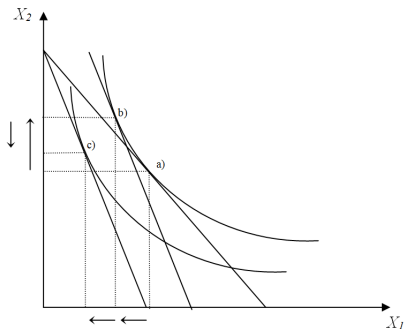
- ▶ Alminnelige goder er goder man kjøper mer av dersom prisen på godet synker og vice versa
- ▶ Dette innebærer at de har etterspørselastisitet (Price Elasticity of Demand) som er negativ (det vanlige tilfelle)
- ▶ Eksempler: det meste
- ▶ Giffengoder er goder man kjøper mer av dersom prisen på godet øker og vice versa
- ▶ Dette innebærer at de har etterspørselastisitet (Price Elasticity of Demand) som er positiv
- ▶ For å være giffengode må det være stor andel av konsumet, ha få substitutter og være mindreverdige goder
- ▶ Eksempel: hvete i Afghanistan

Inntekts- og substitusjonseffekt

- ▶ Dekomponerer (deler opp) totaleffekten av en prisendring i inntekts- og substitusjonseffekten.
- ▶ Et slags tanke eksperiment
- ▶ Substitusjonseffekten: Rendyrker effekten av at den relative prisen har endret seg. Nyttens holdes konstant.
- ▶ Inntektseffekten: Rendyrker effekten av endret kjøpekraften. Relativ pris holdes konstant.

Inntekts- og substitusjonseffekt

Inntekts- og substitusjonseffekt ved en økning i P_1 .



- ▶ Substitusjonseffekten a) til b): Rendyrker effekten av at den relative prisen har endret seg. Nykten holdes konstant.
- ▶ Inntektseffekten b) til c): Rendyrker effekten av at prisøkningen reduserer kjøpekraften. Relativ pris holdes konstant.

Inntekts- og substitusjonseffekt

- Prisen på gode 1, p_1 , øker

Effekt	x_1 normalt gode	x_1 mindreverdige gode
Innt	-	+
Sub	-	-
Total	-	-/+
Gode	Alminnelig	Alminnelig/Giffen

Effekt	x_2 normalt gode	x_2 mindreverdige gode
Innt	-	+
Sub	+	+
Total	+/-	+
Gode	Substitutt/komplementært	Substitutt

Inntekts- og substitusjonseffekt

- Prisen på gode 1, p_1 , reduseres:

Effekt	x_1 normalt gode	x_1 mindreverdige gode
Innt	+	-
Sub	+	+
Total	+	+/-
Gode	Alminnelig	Alminnelig/Giffen

Effekt	x_2 normalt gode	x_2 mindreverdige gode
Innt	+	-
Sub	-	-
Total	-/+	-
Gode	Substitutt/Komplementært	Substitutt

Eksterne virkninger

- ▶ Engelsk: Externality
- ▶ Oppstår når aktørenes handlinger påvirker en tredjepart positivt/negativt uten at dette tas hensyn til i markedet
- ▶ Eksempler: røyking, forurensning, vaksinasjon
- ▶ En negativ eksternalitet fører til overproduksjon fordi produksjonen/konsumet har en høyere kostnad for samfunnet enn det som tas hensyn til i markedet
- ▶ En positiv eksternalitet fører til underproduksjon fordi produksjonen/konsumet har en lavere kostnad for samfunnet enn det som tas hensyn til i markedet
- ▶ Enklest å rette opp ved å sette skatt lik marginal skade (marginal damage MD), eller subsidie lik marginal gevinst (marginal benefit, MD)

Kollektive goder

1. Ikke-ekskluderende

Det er ikke mulig å ekskludere noen fra å bruke gode med en gang det er produsert

2. Ikke-rivaliserende

Min bruk av gode hindrer ikke din bruk av gode, mao. min nytte av gode reduserer ikke din nytte av godet

- ▶ Optimal produksjon der samlet betalingvillighet er lik marginalkostnad (siden ingen kan ekskluderes og alle får nytte av godet når det er produsert)
- ▶ Problem å samle betalingvillighet i private uregulerte markeder
- ▶ Problem med å vite hva samlet betalingsvillighet for det offentlige fordi man har insentiv til å under/overrapporterte MBV avhengig av om man må betale eller ikke

Monopol

- ▶ En tilbyder
- ▶ Kan bestemme selv hvor mye de produserer og hvilken pris de tar for godet
- ▶ Tilpasser kvantum der marginalinntekt er lik marginalkostnad
- ▶ Selger dette kvantumet til en pris som er gitt av etterspørselskurven
- ▶ Fører til effektivitetstap pga underproduksjon
- ▶ Ulike tiltak for å regulere monopol: stimulere konkurranse, makspris, osv.

Naturlig monopol

- ▶ Naturlige monopol kjennetegnes av fallende ATC i produksjonsintervallet, altså store faste kostnader, men lave marginalkostnader
- ▶ Eksempel: jernbane, strømmnett, mobilnett, opera
- ▶ Lønner seg ikke med to eller flere produsenter, går da i underskudd
- ▶ Kan hende det lønner seg for en produsent, men ikke hvis de skal prise slik at pris er lik marginalkostnad
- ▶ I så fall kan det være at staten bør kreve $p=MK$, og dekke underskuddet
- ▶ Kan hende at det ikke lønner seg for noen produsent, ATC høyere enn etterspørselskurven overalt
- ▶ I så fall kan det være at staten bør produsere / få noen til å produsere, og dekke underskuddet

Prisdiskriminering

- ▶ Ulike kjøpere betaler ulik pris for varen
- ▶ Tilbyderen må kunne hindre videresalg av varen fra de som betaler lav pris til de som betaler høy pris
- ▶ Eksempler: studentrabatt, pocket og hardcover bøker...
- ▶ Perfekt prisdiskriminering oppstår hvis alle kundene tilbys en egen pris som tilsvarer deres betalingsvillighet
- ▶ I så fall er SO maksimert, men $SO=PO$ og $KO=0$

Monopolistisk konkurranse

- ▶ Mange selgere, differensierte produkter, fri adgang
- ▶ Eksempler: bøker, restauranter, mobiltelefoner...
- ▶ Hver selger oppfører seg som monopol fordi de opplever etterspørselskurve som heller nedover
- ▶ Graden av helning avhenger av produkttilhørigheten / graden av differensiering
- ▶ På grunn av fri adgang vil bedrifter bevege seg inn i markedet hvis det er positiv profitt, og ut av markedet hvis det er negativ profitt, slik at langtidslikevekten oppstår

Oligopol

- ▶ Få tilbydere som tilbyr like produkter
- ▶ To tilbydere = duopol, få tilbydere = oligopol
- ▶ De kan maksimere profitt ved å samarbeide og velge monopoltilpasningen (i så fall danner de et kartell)
- ▶ Men dette er ikke en Nash-likevekt, slik at hver av bedriftene har insentiv til å produsere mer/sette ned prisen gitt at den andre holder seg til monopollikevekten
- ▶ Nash-likevekten oppstår der kvantum er høyere enn monopol men lavere enn fullkommen konkurranse, mens pris er lavere enn monopol men høyere enn ved fullkommen konkurranse

Nash-likevekt

- ▶ Engelsk: Nash Equilibrium
- ▶ Tilstand der ingen spillere angrer sine strategivalg når motpartens valg av strategi blir kjent
- ▶ Spillere er de som tar valgene i spillet
- ▶ Strategier er hva hver spiller velger å gjøre gitt hva den andre spilleren gjør
- ▶ Nash likevekten er altså en tilpasningen der ingen av spillerne ønsker at de hadde valgt noe annet gitt hva den andre spilleren har valgt å gjøre

Arbeidsmarked

- ▶ Arbeidsgivere etterspør arbeid frem til $P \cdot MP = w$, altså frem til verdien av å øke arbeidskraften med en enhet er lik kostnaden ved å øke arbeidskraft med en enhet
- ▶ Arbeidsgivere tilbyr arbeid. Hvorvidt de tilbyr mer eller mindre arbeid avhenger av om substitusjons- eller inntektseffekten er størst
- ▶ Tilbudskurven heller oppover så lenge substitusjonseffekten er sterkere enn inntektseffekten ved en lønnsøkning
- ▶ Antar at den heller oppover i markedslukevekten
- ▶ Dette gjelder sannsynligvis i deler av arbeidsmarkedet, i og med at høyere lønn tiltrekker seg arbeidere fra andre arbeidssektorer

Arbeidsmarked - begreper

- ▶ Kompenserende lønnsforskjeller (Compensating wage differentials)
- ▶ Kunnskapskapital (Human capital)
- ▶ Effektivitetslønn (Efficiency wages)
- ▶ Forhandlinger

Ulikhet og fattigdom

- ▶ Inntektfordeling
- ▶ Lorenz-kurve
- ▶ Gini-koeffisient
- ▶ Absolutt og relativ fattigdom

Spørsmål – og stikkord til løsning

- ▶ Ved eksterne virkninger, som for eksempel forurensing, brukes avgift for å få produsentene til å produsere mindre av den forurensende varen. Gir slike avgifter et effektivitetstap?
 - ▶ Nei, avgiftene brukes for å korrigere for en markedssvikt som gir høyere produksjon/mindre rensing enn det som er samfunnsøkonomisk optimalt. Avgiften gir da økt effektivitet
- ▶ Et subsidie gir økt produsentoverskudd og økt konsumentoverskudd i det markedet hvor varen blir subsidiert. Hvordan kan det da være riktig at samfunnsøkonomisk overskudd er lavere med enn uten subsidiet?
 - ▶ Myndighetenes subsidieutbetaling overstiger økningen i konsument- og produsentoverskuddet i markedet med subsidie
- ▶ En bedrift kan ikke betale gjelda den har tatt opp for å kjøpe kapitalutstyr, dvs kreditorene får ikke dekning. Bør en slik bedrift få drive videre?
 - ▶ Ja, en bedrift bør drive videre dersom inntekten overstiger variable kostnader ved optimalt valgt kvantum

Spørsmål – og stikkord til løsning

- ▶ Hva kan være grunner til offentlige inngrep i et marked?
 - ▶ Markedssvikt: Eksterne virkninger, kollektive goder, markedsmakt
- ▶ Hvorfor er det ikke nødvendigvis et mål å minimere forurensingene?
 - ▶ Avveining mellom kostnadene ved forurensing og kostnadene ved å rense - eller mellom kostnadene ved forurensning og gevinstene ved den forurensende produksjonen
- ▶ Forklar med ord hvorfor lavere skatt på lønn ikke nødvendigvis leder til at folk jobber mer.
 - ▶ Stikkord: substitusjons- og inntektseffekt av økt nettolønn
- ▶ Hva er problemet med at bedrifter får markedsmakt?
 - ▶ Produksjonen blir for lav: $P=MBV > MK$. Forklar!