

Leseveiledning til 16.04.09

S&W: 11-14
Seminaroppgave 8

Monopol:

Eneselger i markedet. Betrakter etterspørselskurven rettet mot sitt produkt som gitt. Monopolet tar hensyn til at etterspørselen er fallende i prisen når det fastsetter pris (eller kvantum)

OBS: monopolen har ingen tilbudskurve (kan du forklare hvorfor?)

MR = marginal revenue = grenseinntekt = økningen i PX ved å øke X med en enhet

Kan vise: $MR = P + \frac{\Delta P}{\Delta X} X$. Siden $\frac{\Delta P}{\Delta X} < 0$ er $MR < P$. Fordi: dersom monopolen skal selge en enhet mer må den sette ned P på alle enhetene den selger)

Optimal tilpasning: velger det kvantum (eller P) som gir $MR = MK$ (forklar hvorfor!). Vis tilpasningen på figur. Tegn inn P^M og X^M .

Monopolet produserer mindre enn det som er samfunnsøkonomisk optimalt: For kvantumet X^M er $MBV > MK$.

Litt om prisdiskriminering. Hvordan virker det? Hva er effektene?

Naturlig monopol:

Enhetskostnadene faller med produsert kvantum. Dette innebærer at $MC < AC$ for alle X. (Vi kan ikke ha fullkommen konkurranse med pristakeradferd dersom det er fallende enhetskostnader for alle relevante X. Forklar!)

Bruk kostnadsfunksjonen: $C(X) = aX + A$, hvor a er en konstant marginalkostnad og A er en fast kostnad, oppstartskostnad. Vi ser at $AC = a + A/X$, dvs AC synker med X. Tegn inn etterspørselskurven. Dersom det er samfunnsøkonomisk lønnsomt å produsere er optimalt kvantum bestemt ved $MC = MBV$, dvs der hvor etterspørselskurven krysser a. Dette gir bedriftsøkonomisk underskudd. Det kan allikevel være samfunnsøkonomisk lønnsomt å produsere dersom konsumentoverskuddet overstiger det bedriftsøkonomiske underskuddet. Vis på figur!

Alternative eie- og driftsformer for naturlig monopol: (i) Offentlig eie med underskuddsdekning (ii) Offentlig eie med $P = AC$. (iii) privat, uregulert monopol (iv) Privat regulert monopol.

Monopolistisk konkurranse:

Typisk for merkevarer: hver tilbyder har monopol på sitt spesifikke produkt, men det fins nære substitutter. Eksempler: mange husholdningsartikler, fra tannkrem til vaskemaskiner. Nyetablering av substitutter inntil profitten er null.

Tilpasning for hver enkelt produsent: som for monopol ($MR = MK$)

Oligopol:

Få og store tilbydere: I motsetning til tilbyderne i MK

I motsetning til tilbyderne i MK betrakter ikke en oligopolist etterspørselskurven rettet mot sitt produkt som noe han ikke kan påvirke. Tilbyderne tenker strategisk. (Egen gjennomgåelse av strategisk adferd)

Prissamarbeid/kartell:

Ulovlig!

Lønnsomt for produsentene, men ulønnsomt for samfunnet. Kan være vanskelig å få til fordi hver enkelt kan ha insentiv til å være gratispassasjer på kartellavtalen.