

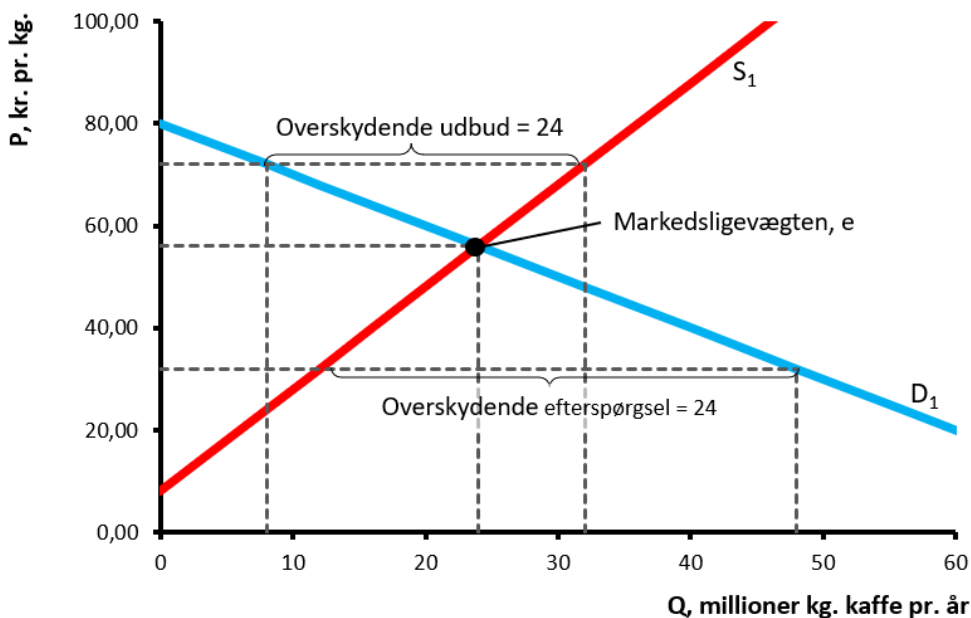
Indholdsfortegnelse

Udbud og Efterspørgsel	3
<i>Direkte efterspørgsel</i>	3
<i>Afledt efterspørgsel</i>	3
<i>The law of demand</i>	3
<i>Efterspørgselsdeterminanter</i>	3
<i>Efterspørgselskurve</i>	4
Sammenlægning af efterspørgselskurverne	4
Overskydende udbud/efterspørgsel	5
Find den overskydende efterspørgsel/udbud ved en pris på H	6
Sammenlægning af Udbudsfunktionen	6
<i>Konklusion</i>	7
<i>Fem karakteristika ved fuldkommen konkurrence</i>	8
Produktionsteori	8
<i>Produktionsteori kort sigt</i>	9
Optimering på kort sigt	11
<i>Produktionsteori lang sigt</i>	11
Skalaafkast	12
Isocostlinjen	12
Produktionsoptimering lang sigt	13
<i>Begreber</i>	13
Marginal Rate of Technical Substitution (MRTS):	14
Economic Region of Production:	14
Economic of Scale	15
Omkostninger	16
<i>Omkostningstyper</i>	16
Eksplicitte omkostninger	17
Implicitte omkostninger	17
<i>Direkte og indirekte omkostninger</i>	17
Andre omkostningsbegreber	17
<i>Gennemsnitstyperne</i>	18
ATC	18
AVC	18
AFC	18
<i>Forholdet mellem TVC, AVC og MC</i>	19
<i>Long Term Cost</i>	20
LMC	20
LAC	20
Efterspørgselsteori og elasticitet	21
<i>Definition af vare</i>	22

Markedsligevægt

Markedsligevægten findes når alle markedsdeltagere er i stand til at købe eller sælge så meget som de vil, altså når ingen deltagere på markedet vil ændre deres valg. Samt når S- og D-kurverne bestemmer i fællesskab hvad P og Q til et gode skal sælges og købes til. Når der er ligevægt på markedet, kaldes P for ligevægtsprisen, altså når forbrugerne kan købe så meget de vil, samtidig med sælgerne kan sælge så meget de vil. Den efterspurgte mængde der dertil sælges vil være ligevægtsmængden (Q), fordi den efterspurgte mængde fra forbrugerne svarer til den udbudte mængde fra sælgerne - Når udbuddet er lig efterspørgslen findes markedsligevægt.

Figur 5: Markedsligevægt



Forskydninger af ligevægten

En ændring i udbud eller efterspørgsels kurven vil forskyde kurven og der vil komme en ny markedsligevægt. Hvis præferencer, indkomst, offentlig politik eller produktionsomkostninger ændres, kan D-kurven eller S-kurven eller begge skifte, og ligevægten ændres, hvilket vil gøre kurven forskydes.

Overskydende udbud/efterspørgsel

Equilibrium – (ligevægt) balance mellem udbud og efterspørgsel til en given pris (markedsligevægt)

Surplus – (overskydende udbud) Mere udbud end efterspørgsel til en given pris

Shortage – (underskydende efterspørgsel) Mere efterspørgsel end udbud til en given pris

Eksempel

Grundbegreber

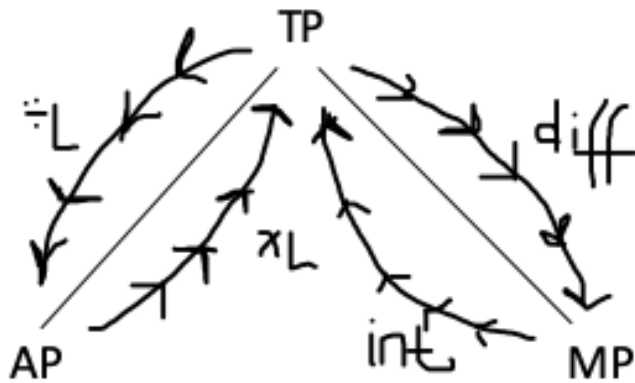
TP --> totalprodukt --> producerede mængde

AP --> gennemsnitlige produktmængde produceret af 1 arbejdskraft

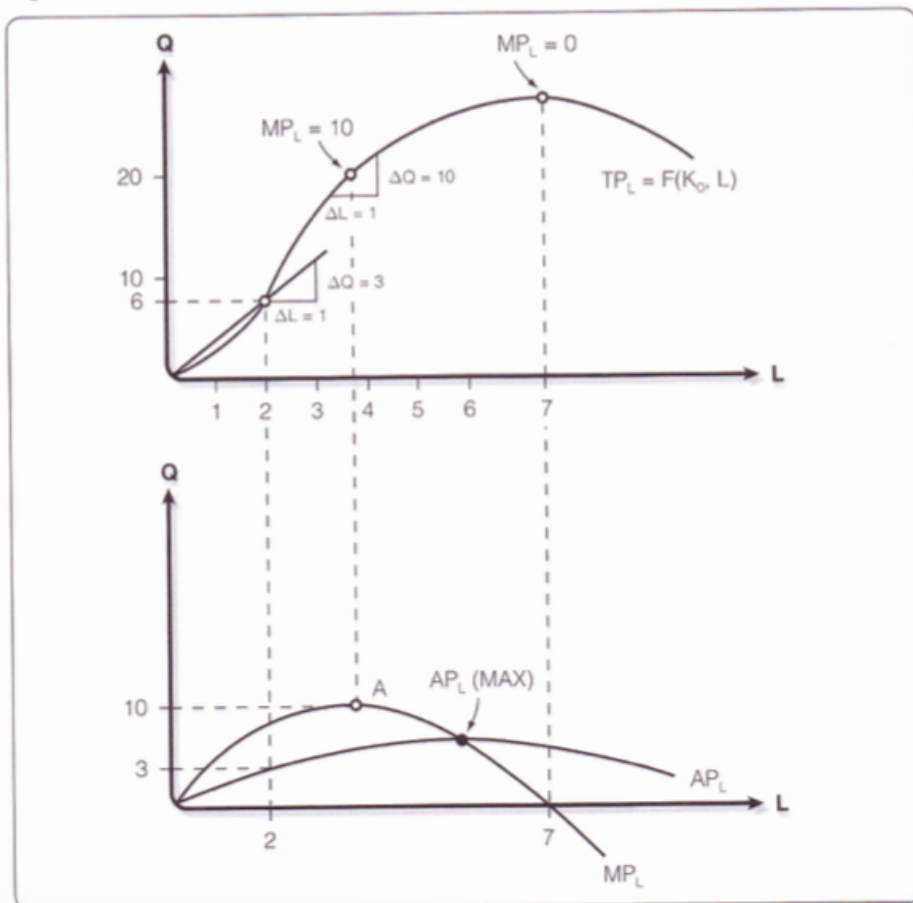
MP --> marginal product

MRP --> Marginal Revenue of product

MRC --> Marginal cost of product



Figur 6 – Sammenhængen mellem TP_L , AP_L og MP_L



Long Term Cost

Alt hvad en virksomhed ikke kan kontrollere længere/ændre betragtes som en **FAST OMKOSTNING**

Lang sigt, hvor alle virksomhedens produktionsfaktorer er variable, de kan afvikles indenfor tidshorisonten. **Variable omkostninger** er de omkostninger, som stiger eller falder i takt med produktionen

Vi skal finde ud af hvor længe bliver de totale omkostninger (LMC) ved med at falde på den næste produceret vare --> skæring mellem LMC og LAC (se nedenstående graf)

LTC --> summen af alle virksomhedens omkostninger på lang sigt. Alle produktionsinput er variable

LMC

DEFINITION 28 – LONG TERM MARGINAL COST (LMC)

De marginale omkostninger på lang sigt er de totale omkostninger på lang sigt differentieret med hensyn til Q:

$$LMC = \frac{\partial LTC}{\partial Q} = LTC' (Q)$$

LAC

DEFINITION 27 – LONG TERM AVERAGE COST (LAC)

De gennemsnitlige totale omkostninger på lang sigt er givet ved de totale omkostninger på lang sigt divideret med mængden (Q):

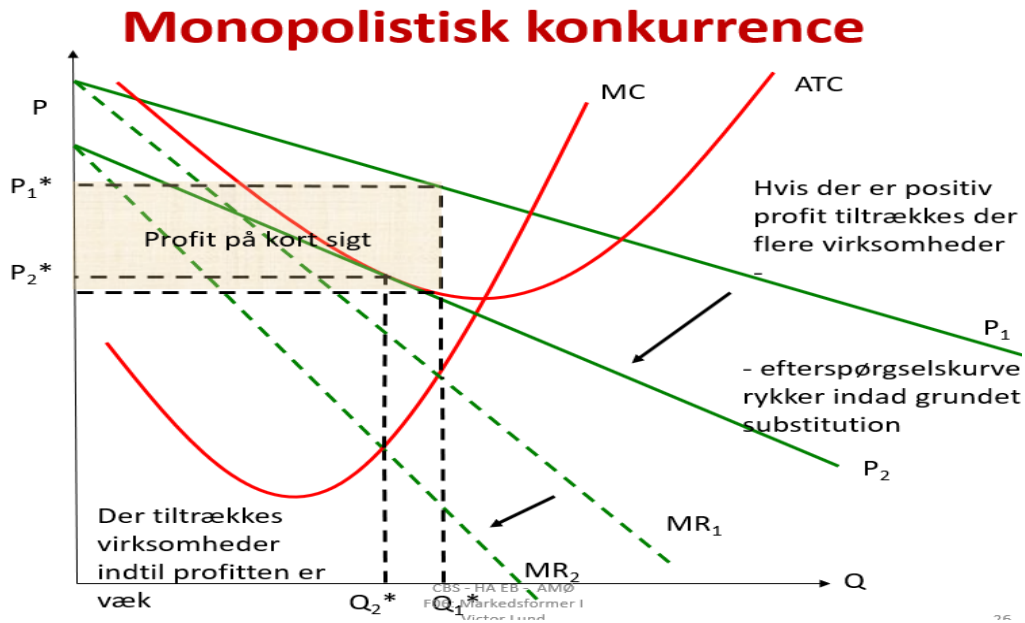
$$LAC = \frac{LTC}{Q}$$

Differentieret LTC' --> LMC (hvad koster det at producere en vare mere på lang sigt)

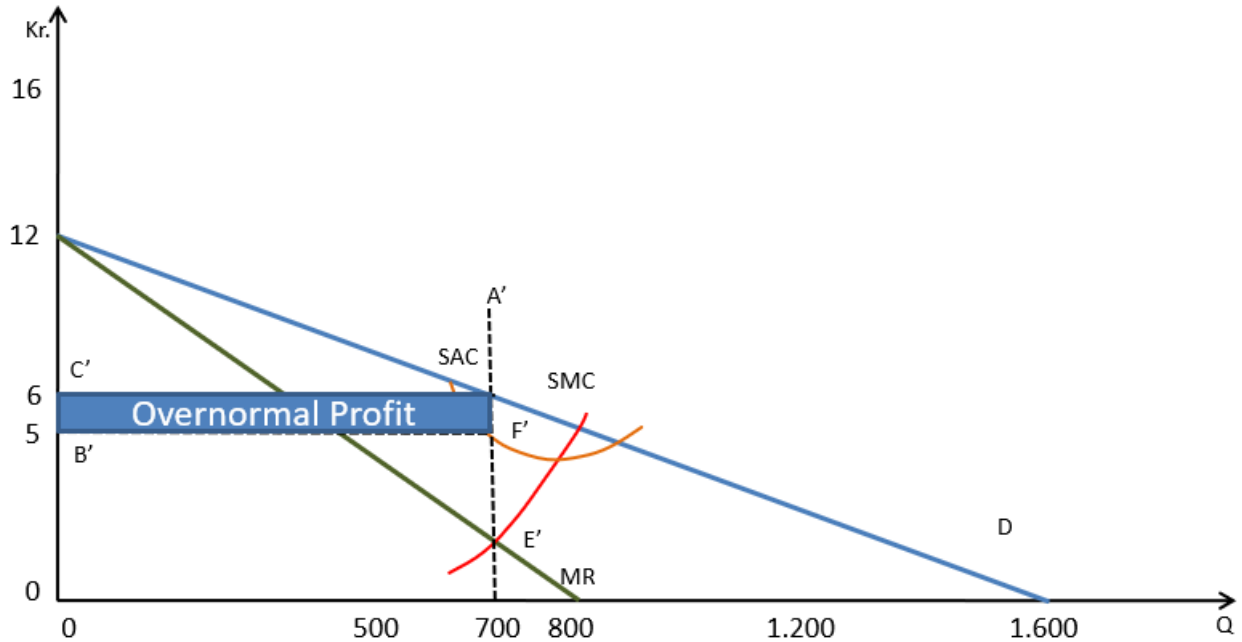
LAC udledes af LTC (sammenhængen mellem TC, AC og MC trekanten)

- Mange sælgere af et differentieret produkt (mulighed for overnormal profit så længe man kan opretholde sit differentieret produkt)

Monopolistisk konkurrence ændring i marked, hvor positiv profit tiltrækker nye udbydere:



Monopolistisk konkurrence kort sigt



Her er Nashligevægten 7 (4+3)

	Høj Firma 2	Lav Firma 2
Høj Firma 1	5,5	-4,6
Lav Firma 1	7,-5	3,3

Her er der Nash-Ligevægt på 6 (3+3)

Fangernes Dilemma (Strategi)

Definition:

Fangernes dilemma/ Prisoners dilemma er en spilteoretisk strategi, som er et spil med ufuldstændig information. Spillet/dilemmaet er med to aktører, som forsøger at maksimere deres output/gevinst.

De kan vælge stole på den anden eller vælge at lyve. Formålet med spillet/strategien er at der er mest værdi (størst sum) i at stole på hinanden, men at man kan undgå at miste det hele ved at vælge at lyve.

Derved vil man ofte være tiltrukket af at lyve overfor modstanderen, fordi man er bange for at blive snydt selv.

Eksamen:

Kig på om der er et felt som har en større værdi til sammen end nash-ligevægten, altså det felt hvor begge har incitament til at vælge. F.eks. som vist nedenfor i eksempel 1

- Er der **ikke** et felt gør fangernes dilemma sig **ikke** gældende = ikke gældende
- Er der et felt gør fangernes dilemma sig gældende = gældende

Husk at skriv det gør sig gældende/ikke gældende, fordi at det er et felt med en højere værdi end nash-ligevægten eller omvendt fordi der ikke er et felt med en højere værdi.

Et spil hvor ufuldstændig information. Spillet af to spillere, som kan vælge at samarbejde (stole på hinanden) eller forråde den anden.

Eksempel 1

At der er felter der har en højere sum end Nash-ligevægten

	Høj Firma 2	Lav Firma 2
Høj Firma 1	-5,-5	1,4
Lav Firma 1	4,3	2,2

her er der ikke fangernes dilemma da: summen af de andre felter ikke giver en højere værdi end 7...

Eksempel 2

	Høj Firma 2	Lav Firma 2
Høj Firma 1	5,5	-4,6