

Indhold

Hvad er Mikroøkonomi.....	7
Udbud & Efterspørgsel	7
Markedet	7
Hvad består markedet af?	7
Antagelser om markedet (som vi lige så stille har brudt med)	7
Efterspørgsel.....	8
Hvilke faktorer påvirker efterspørgslen efter et gode?	8
Efterspørgselskurven	8
Ligningen for efterspørgselskurven	8
Inverse efterspørgselskurve	9
Skift i efterspørgslen.....	9
Udbud	9
Hvilke faktorer påvirker udbuddet af en vare - udover varens egen pris	9
Udbudskurven	9
Ligning for udbudskurven	10
Den inverse udbudskurve	10
Skift i udbuddet	10
Markedsligevægt	10
Matematisk løsning	11
Påvirkning af ændringer i udbud og efterspørgsel på markedsligevægten	11
Elasticiteter	14
Elasticitetsbegrebet	14
Priselasticiteten for efterspørgslen	14
Priselasticiteten for udbuddet.....	14
Overblik over de forskellige typer af Elasticitet.....	14
Priselasticiteten er ikke konstant på en lineær efterspørgsels-/udbudskurve	15
Indkomstelasticitet	16
Normalt gode.....	16
Luksus gode	16
Inferiøre gode	16
Efterspørgsels krydspriselasticitet.....	16
Anvendelse af elasticiteter	16
Forbruger- og producentoverskud	17

Den klassiske monopol-model	70
Monopoli kræver at der er adgangsbarrierer til markedet.....	70
Ekstrem 'economies of scale' - naturligt monopol.....	70
Vigtige gentagelser om marginalomsætningen	71
Monopolistens udbud (profit maksimering)	71
Udregn MR-kurven:	71
Udregn Q og P i profitmaksimeringspunktet for et monopol	72
Markedskraft og prisstrategier	73
Overblik over prisstrategier.....	73
1. Grads prisdiskrimination (perfekt prisdiskrimination)	74
3. Grads prisdiskrimination / segmentering (direkte prisdiskrimination)	75
Hvordan kan man segmentere kunder?.....	75
2. Grads prisdiskrimination - (Indirekte prisdiskrimination)	78
Indirekte prisdiskrimination - anvendelse af coupon'er (rabatmærker).....	80
Det samfundsøkonomiske overskud	80
Uperfekt konkurrence	81
Nash ligevægt (uddybes under spilteori)	81
Oligopol med identiske produkter - Bertrand konkurrence.....	81
Oligopoli med identiske produkter - Cournot konkurrence	83
Cournot markeder - eksempler?	83
Fremgangsmåde i Cournot-modellen til beregning af mængder, priser og profit.....	84
Stackelberg-modellen på et Cournot marked	86
Antagelser for Stackelberg-modellen for oligopol med identiske produkter	86
Eksempel - forsat	86
Stackelberg 1. mover under forskellige markedsformer.....	88
Monopolistisk konkurrence.....	89
Antagelser.....	91
Spilteori	92
Terminologi.....	93
- Spilteori.....	93
- Strategisk beslutning	93
- Et simultant spil	93
- Gentaget spil.....	93
- Sekventielt spil.....	93

- **Udbudsskurven:** Udbudskurven beskriver sammenhængen mellem den udbudte mængde og prisen, - *alt andet lige* - hold alle andre faktorer konstant.

Ligning for udbudskurven

- Udbudskurven kan skrives på ligningen:

$$Q^S = 200P - 200$$

- Hvor b = skæringen med y-aksen, a er hældningen og P = prisen

Den inverse udbudskurve

- Hvis man isolerer P i ligningen ovenfor, fremkommer den inverse udbudskurve hvor prisen er en funktion af den udbudte mængde.
- Det er den inverse udbudskurve vi tegner!

$$P = 0.005Q^S + 1$$

Skift i udbuddet

- Udbudskurven har to dimensioner, hhv. pris og mængde
 - o Alle andre faktorer er holdt konstant!
- Hvis en *anden faktor* end pris og mængde der påvirker udbuddet ændres, vil udbudskurven rykke sig (forskyde sig)
- Bogen sonderer mellem to former for ændringer:
 - o **Change in quantity supplied** - A movement *along* the supply curve in response to a price change, with everything else held constant.
 - Her flytter udbuddet sig langs den eksisterende udbudskurve. Kun den udbudte mængde ændrer sig og dermed prisen.
 - o **Change in supply** - A shift of the entire supply curve caused by a change in a non-price factor that affects supply
 - Her rykker hele udbudskurven sig enten til højre (større udbud for alle priser) eller til venstre (lavere udbud for alle priser).

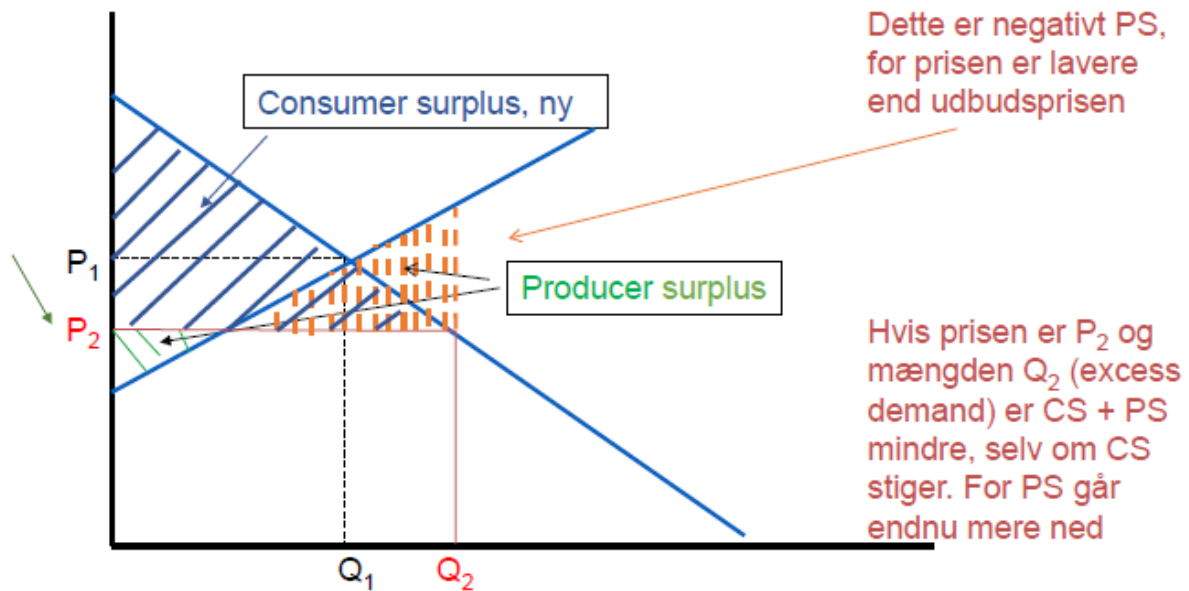
Markedsligevægt

- *Markedsligevægten* findes, som det punkt, hvor den efterspurgte mængde er nøjagtig lig den udbudte mængde – skæringspunktet E i figuren.

$$Q_D = Q_S$$

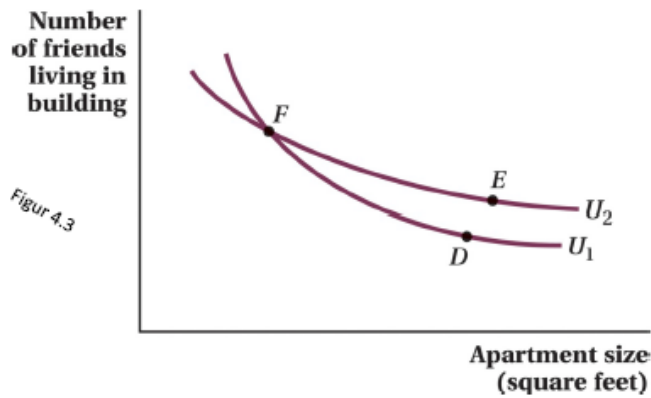
Producent- og forbrugeroverskud ved en lavere pris end markedsligevægten

CS+PS ved en pris lavere end ligevægtsprisen



- Det er summen af CS og PS der afgør om markedet er det bedste sted, det kan være.

Egenskaber for indifferenskurver: Kan ikke krydse hinanden

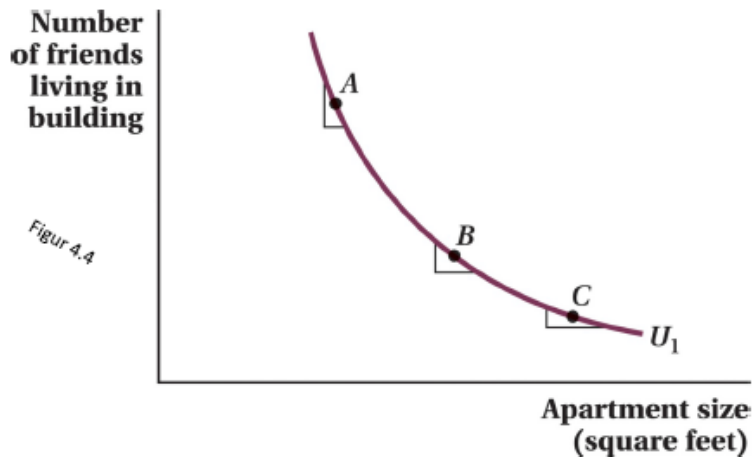


A3: Transitivitet

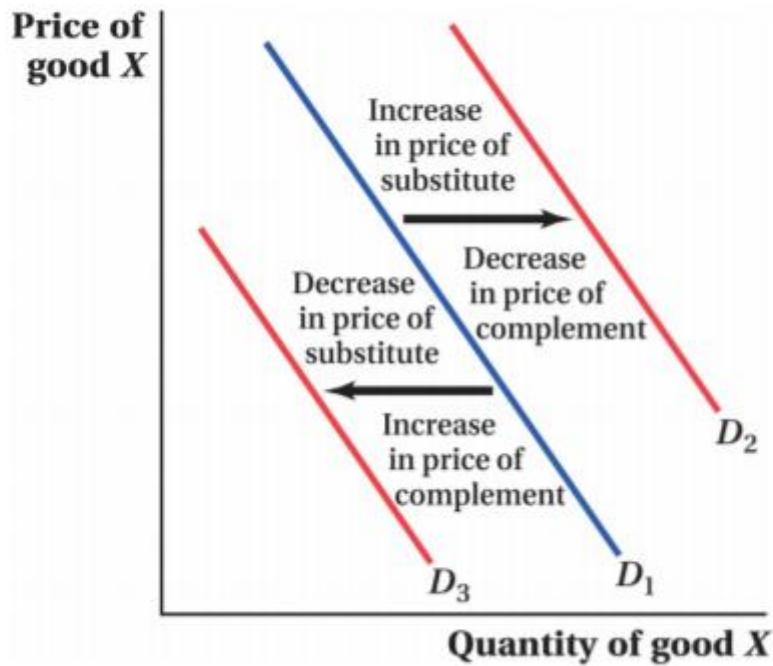
Indifferenskurver kan ikke krydse hinanden.

Vi kan se, at E er bedre end D, jf. A2. Men på samtidigt er forbrugeren også indifferent mellem D og F samt mellem F og E. Transitivitsreglen er dermed brudt for hvis forbrugeren virkelig var indifferent mellem D,E,F, så krænkes Umættelighedsantagelsen, (E er jo bedre end D)

Egenskaber for indifferenskurver: Indifferenskurver er konvekse



- **A4: Konvexitet.** Jo mere man forbruger et gode jo mindre er man villig til at opgive af andre goder for at øge forbruget af det pågældende gode.
- I punktet C er man kun villig til at opgive få venner i opgangen for at få flere sqf, da man i forvejen har mange sqf.
- Omvendt i punktet A. Her er sq. feet blevet knap og smertegrænsen for størrelsen af ens lejlighed er nærmere

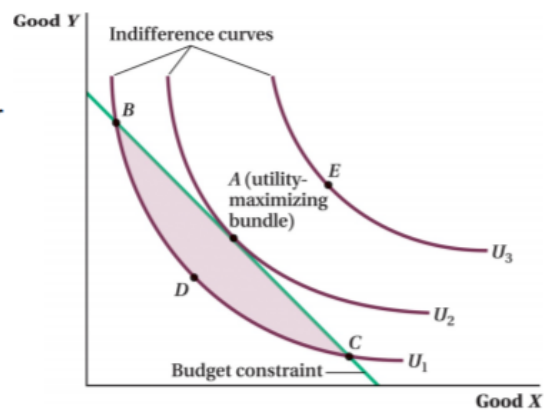


Eksemplet fra før

Tidligere fandt vi netop individets efterspørgsel efter gode X og Y i vores optimerings problem:

$$X^* = \frac{\alpha I}{P_X}$$

$$Y^* = \frac{(1 - \alpha)I}{P_Y}$$



Disse er begge funktioner af egen pris.