

# Innholdsfortegnelse

## Del 1

### Oppvarming og ledning inn ..... 17

#### Kapittel 0

### Oppvarming ..... 18

0.1	Ledning inn .....	18
0.2	Hva er økonomi? .....	19
0.3	Introduksjon til mikroøkonomisk tenkemåte .....	21
0.3.1	Mikro- og makroøkonomisk tilnærming .....	21
0.3.2	Individuell rasjonalitet og individuell tilpasning (likevekt) .....	22
0.4	Koordineringen av markedene og markedslikevekten .....	23
0.4.1	Regnskapsmessig likevekt og økonomisk likevekt .....	23
0.4.2	Statisk og dynamisk analyse .....	23
0.4.3	Partiell likevekt og generell likevekt .....	24
0.4.4	Optimalisering .....	25
0.5	Knapphetsloven, knappe ressurser, alternative formål og produksjon .....	29
0.5.1	Knapphet .....	29
0.5.2	Alternativkostnaden ved å studere – hva er det du ofrer? .....	32
0.6	Økonomi og økonomer .....	33
0.7	Aktørene i mikroøkonomien .....	35
0.8	Elementer i mikroøkonomien .....	35
0.9	Velgerstyring versus kjøperstyring .....	36
0.9.1	Kjøperstyring .....	36
0.9.2	Velgerstyring .....	37
0.10	Typer av varer og tjenester .....	38

0.11	To ekstreme markedsformer .....	38
0.12	Eksterne virkninger .....	40
0.13	Plussgoder og fygoder .....	41
0.14	Offentlige reguleringer .....	42
	<i>Nøkkelord</i> .....	43

## Kapittel 1

	<b>Ledning inn</b> .....	44
1.1	Ledning inn igjen .....	44
1.2	Produksjonsmulighetskurven .....	45
1.3	Loven om avtagende utbytte .....	47
1.4	Markedsøkonomi versus planøkonomi .....	48
1.5	Den økonomiske sirkulasjon .....	49
1.6	Etterspørsel .....	50
	1.6.1 Etterspørselskurven .....	50
	1.6.2 Skift i etterspørselen .....	52
1.7	Tilbud .....	53
	1.7.1 Tilbudskurven .....	53
	1.7.2 Skift i tilbudskurven .....	53
1.8	Marshall-krysset og prisdannelsen i markedet .....	55
1.9	Adam Smiths lov om egeninteresse .....	59
	<i>Nøkkelord</i> .....	61

## Del 2

	<b>Bak etterspørselskurven: Konsumentteori</b> .....	63
--	--	----

### Kapittel 2

	<b>Forbrukerens økonomiske tilpasning</b> .....	64
2.1	Ledning inn .....	64
2.2	Konsumentenes preferanser .....	66
	2.2.1 Determinerthetsaksiomet .....	66
	2.2.2 Ikkemetningsaksiomet .....	67
	2.2.3 Transitivitetsaksiomet .....	68

2.3	Indifferenskurver	69
2.3.1	Konstruksjon av indifferenskurven	69
2.3.2	Konveksetet	72
2.4	Den marginale substitusjonsbrøk	72
2.5	Budsjettbetingelsen	75
2.6	Skift i budsjettlinjen	77
2.6.1	Inntektsendring	78
2.6.2	Prisendring	78
2.7	Valg av godekombinasjon i en to-godeverden	79
2.8	Grafisk drøftelse av den økonomiske tilpasningen	80
2.9	Grensenytte	82
	<i>Nøkkelord</i>	90

### Kapittel 3

## Forbrukernes etterspørsel

3.1	Ledning inn	91
3.2	Endring i inntekt	92
3.2.1	Engel-kurven	92
3.2.2	Engel-elasticitet	93
3.3	Prisendring	99
3.3.1	Cournot-kurven	99
3.3.2	Cournot-elasticiteten	101
3.4	Hva bestemmer Cournot-elasticiteten?	108
3.4.1	Gode og tilgjengelige substitutter	109
3.4.2	Ubetydelig og uelastisk	109
3.4.3	Når tiden går	109
3.5	Substitusjons- og inntektseffekten	110
3.5.1	Grafisk drøftelse av substitusjons- og inntektseffekten	111
3.5.2	Giffen-paradokset	115
	<i>Nøkkelord</i>	116

### Kapittel 4

## Etterspørselskurver

4.1	Ledning inn	117
4.2	Forbrukerens etterspørselskurve	118
4.3	Markedets etterspørselskurve	119
4.4	Skift i etterspørselskurven	121
4.5	Etterspørselskurvens helning – Cournot-elasticiteten	124

4.6	Elastisiteten langs en rett linje (langs en lineær etterspørselskurve)	124
4.6.1	Beregning av elastisiteten	124
4.6.2	Illustrasjon av elastisk og uelastisk lineær etterspørselskurve	127
4.7	Elastisiteter over tid	130
4.8	Cournot-elastisiteten	130
4.9	Engel-elastisiteten	133
4.10	Konsumentoverskudd	134
4.10.1	Konsumentoverskuddet for en forbruker	134
4.10.2	Konsumentoverskuddet i markedet	136
4.10.3	Hvordan redusert pris øker konsumentoverskuddet	137
4.10.4	Hva måler konsumentoverskuddet?	138
4.11	Dilting og andre merkverdigheter	139
4.11.1	Ledning inn	139
4.11.2	Bandwagon-effekten	140
4.11.3	Snobbeffekten	142
4.11.4	Veblen-effekten	143
	<i>Nøkkelord</i>	146

## Del 3

### Bak tilbudskurven: Produsenteori

#### Kapittel 5

### Produksjon

5.1	Ledning inn	148
5.1.1	Hva er jeg ute etter?	148
5.1.2	Produsentens samfunnsøkonomiske rolle	149
5.1.3	Hva er produksjon?	150
5.1.4	En økologisk produksjonsprosess	152
5.1.5	Den rasjonelle produsent og hennes mål	154
5.1.6	Isokvanter	155
5.2	På kort sikt versus i det lange løp	159
5.3	Kostnadslinjen	160
5.4	Skift i kostnadslinjen	162
5.4.1	Kostnadsendring	162
5.4.2	Prisendring	163

5.5	Produsentens økonomiske tilpasning	164
5.5.1	Minimering av kostnadene gitt produktmengde	164
5.6	Grenseproduktivitet	165
5.7	Økonomisk substitusjon – ekspansjonsveien	169
5.8	Profittmaksimering	171
5.8.1	En marginalbetraktning som gir en generell regel	171
5.8.2	En marginalbetraktning som gir tre fyndkonklusjoner!	172
	<i>Nøkkelord</i>	179

## Kapittel 6

	<b>Kostnadsanalyse</b>	180
6.1	Ledning inn	180
6.2	Hva er kostnader?	181
6.3	Kostnadene som funksjon av produktmengden	188
6.3.1	Grafisk utledning	188
6.4	Gjennomsnittskostnaden og grensekostnaden	191
6.5	Sammenhengen mellom de kortsiktige kostnadene og kostnadene i det lange løp	194
6.6	Skalautbytte og skalafordeler	198
6.6.1	Skalautbytte	198
6.6.2	Skalafordeler	200
	<i>Nøkkelord</i>	204

## Kapittel 7

	<b>Profittmaksimering og frikonkurransen</b>	205
7.1	Frikonkurransen	205
7.2	Profittmaksimering	207
7.2.1	Etterspørsel, priser og grenseinntekt i frikonkurransen	207
7.2.2	Valg av produktmengde i det korte løp	207
7.2.3	Profitten og tilbudet i det korte løp	210
7.2.4	Profitten og tilbudet i det lange løp	214
7.2.5	Bedriftens reaksjon på endringer i faktorprisene	215
7.3	Markedets tilbudskurve	216
7.3.1	Korttidstilbudskurven	217
7.3.2	Langtidstilbudskurven	217
7.3.3	To grunner til at den langsiktige tilbudskurven stiger	220
7.3.4	Hvorfor blir foretak i markedet når profitten er null?	220

7.4	Produsentoverskudd .....	221
7.4.1	Produsentoverskudd for den enkelte produsent .....	221
7.4.2	Markedets produsentoverskudd .....	222
7.4.3	Hvordan en prisøkning øker produsentoverskuddet .....	223
7.4.4	Hva måler produsentoverskuddet? .....	223
	<i>Nøkkelord</i> .....	224

## Del 4

<b>Markedsanalyse</b> .....	225
-----------------------------	-----

### Kapittel 8

<b>Frikonkurransen og velferd</b> .....	226
---	-----

8.1	Ledning inn .....	226
8.2	Markedseffektivitet .....	227
8.2.1	Effektivt marked .....	227
8.2.2	Effektivitet i produksjonen .....	229
8.2.3	Effektivitet i konsumet .....	230
8.2.4	Fordeling .....	231
8.3	Evaluerings av markedsliveveksten .....	231
8.4	Markedseffektivitet og markedssvikt .....	237
8.4.1	Markedssvikt .....	237
8.4.2	Former for markedssvikt .....	238
8.4.2	Markedsmakt .....	238
8.4.2	Eksterne virkninger .....	238
8.4.2	Ufullkommen informasjon .....	238
8.4.2	Kollektive goder .....	239
8.5	Ledning ut .....	240
	<i>Nøkkelord</i> .....	240

**Kapittel 9**

<b>Analyse av frikonkurranse</b> .....	241
9.1 Ledning inn .....	241
9.2 Omkostningene ved en avgift .....	242
9.2.1 Hvordan en avgift pålagt kjøperne, påvirker markedsresultatet .....	242
9.2.2 Hvordan en avgift pålagt selgerne, påvirker markedet .....	244
9.3 Hva som bestemmer avgiftens fordeling på selger og kjøper .....	246
9.3.1 Elastisiteter og avgiftsfordeling .....	246
9.3.2 Daltons sats .....	248
9.4 Hvordan en avgift påvirker velferden .....	251
9.4.1 Dødvectstap .....	251
9.4.2 Dødvectstap og gevinst fra handel .....	254
9.5 Hva bestemmer dødvectstapet? .....	255
9.5.1 Dødvectstap og elastisiteter .....	255
9.5.2 Dødvectstap og inntekt av avgift når avgiften varierer .....	256
9.6 Konklusjon .....	258
<i>Nøkkelord</i> .....	258

**Kapittel 10**

<b>Analyse av monopol</b> .....	259
10.1 Ledning inn .....	259
10.2 Årsaker til monopol .....	261
10.2.1 Kontroll over råvarer .....	261
10.2.2 Patenter .....	262
10.2.3 Konesjon .....	262
10.2.4 Stordriftsfordeler .....	263
10.2.5 Andre forhold .....	263
10.3 En monopolists inntekt .....	264
10.4 Monopolistens tilpasning .....	266
10.4.1 Profittmaksimerende kvantum for en monopolist .....	266
10.4.2 Monopolprisen .....	268
10.5 Velferdskostnadene ved monopol .....	274
10.6 Hva kan myndighetene gjøre vis-à-vis et monopol? .....	276
10.6.1 Kontroll .....	276
10.6.2 Regulering og naturlig monopol .....	277
10.6.3 Offentlig eie .....	282
10.6.4 Oppblåste kostnader .....	283
<i>Nøkkelord</i> .....	284

**Kapittel 11**

<b>Prising med markedsrett</b> .....	285
11.1 Ledning inn .....	285
11.2 Hvordan kapre konsumentoverskuddet? .....	287
11.3 Prisdiskriminering .....	288
11.3.1 Fullstendig prisdiskriminering .....	288
11.3.2 Moralen i dette .....	289
11.3.3 Vanlig prisdiskriminering .....	290
11.4 Todelt tariff .....	294
11.5 Bunting .....	296
11.6 Ledning ut .....	298
<i>Nøkkelord</i> .....	300

**Kapittel 12**

<b>Analyse av andre former for ufullkommen konkurranse</b> .....	301
12.1 Ledning inn .....	301
12.2 Monopolistisk konkurranse .....	304
12.2.1 Hva er monopolistisk konkurranse? .....	304
12.2.2 Tilpasningen på kort sikt og i det lange løp .....	305
12.3 Monopolistisk konkurranse versus frikonkurranse .....	309
12.4 Monopolistisk konkurranse og velferd .....	311
12.4.1 Reklame .....	313
12.5 Oligopol .....	314
12.5.1 Ledning inn .....	314
12.5.2 Sweezy-modellen: Den knekkede etterspørselskurve .....	315
12.5.3 Stackelberg-modellen: prisledermodellen .....	317
12.5.4 Cournot-modellen: strategisk reaksjon .....	319
12.6 Kartell .....	321
12.7 Konklusjon .....	323
<i>Nøkkelord</i> .....	326



## Del 5

# Velferdsøkonomi ..... 327

### Kapittel 13

## Eksterne virkninger ..... 328

13.1	Ledning inn .....	328
13.2	Negative eksterne virkninger .....	329
13.2.1	Avgift .....	330
13.3	Positive eksterne virkninger .....	334
13.3.1	Subsidie .....	336
13.3.2	Hvem får subsidiene: Konsumentene eller produsentene? .....	339
13.4	Private løsninger på problemet med eksterne virkninger .....	340
13.5	Coase teorem .....	341
13.6	En sammenligning mellom monopol og frikonkurranse når vi har negative eksterne virkninger .....	343
13.7	Hvordan korrigerer for eksterne virkninger .....	344
13.7.1	Rensekostnader .....	344
13.7.2	Faste utslippskvoter .....	346
13.7.3	Utslippsavgifter .....	347
13.7.4	Avgifter versus kvoter .....	347
13.7.5	Omsettelige kvoter .....	348
	<i>Nøkkelord</i> .....	350

### Kapittel 14

## Kollektive goder ..... 351

14.1	Ledning inn .....	351
14.2	Godetyper .....	352
14.3	Optimalt kvantum av et kollektivgode .....	358
14.3.1	Kriteriet for optimalt kvantum .....	358
14.3.2	Individualgode .....	359
14.3.3	Kollektivgoder .....	360
14.4	Problemet med gratispassasjerer .....	362
14.5	Hvordan betaler vi for kollektive goder, og hvor mye skal vi produsere? .....	363
14.5.1	Individuell betaling etter marginal betalingsvillighet .....	364
14.5.2	Forespørsel uten betalingsforpliktelse .....	366
14.5.3	Folkevalgt vurdering .....	367

14.6	Nyttekostnadsanalyse – er det svaret? .....	368
	<i>Nøkkelord</i> .....	369

## Kapittel 15

<b>Priskontroll</b> .....	370
---------------------------	-----

15.1	Ledning inn .....	370
15.2	Hvordan pristak påvirker markedsløsningen .....	371
15.3	Velferdsvirkningen av pristak .....	373
15.4	Et eksempel på pristak: Husleieregulering .....	375
15.5	Hvordan prisgulv påvirker markedsløsningen .....	378
15.6	Velferdsvirkningen av prisgulv .....	378
15.7	Et eksempel på prisgulv: Smørprisen i EU .....	381
15.8	Ledning ut .....	382
	<i>Nøkkelord</i> .....	383

<b>Epilog</b> .....	384
---------------------	-----

<b>Definisjoner</b> .....	385
---------------------------	-----

<b>Stikkord</b> .....	403
-----------------------	-----