

## Marknadsformer

Företagets beteende på marknaden, d.v.s.

- val av producerad kvantitet
- val av pris
- val av andra konkurrensmedel

varierar med de förhållanden som råder på marknaden

- antal aktörer
- är produkten homogen eller heterogen?
- är nyetablering lätt eller svårt?

Utifrån dessa kriterier kan man definiera några olika (modeller för) marknadsformer

- Fullständig konkurrens
- Monopol
- Monopsoni
- Monopolistisk konkurrens
- Oligopol

Oavsett marknadsform antas företaget sträva efter att maximera vinsten

## **Generella regler för vinstmaximering som gäller oavsett marknadsform**

- Oavsett hur mycket företaget väljer att producera, gör man det till lägsta möjliga kostnad
- Om företagets totala intäkter (TR) inte vid någon storlek på produktionen kan täcka de kostnader som är rörliga för företaget väljer man att inte producera någonting alls. På lång sikt betraktas alla kostnader som rörliga

Krav för att producera på kort sikt:  $TR \geq TVC$  eller  $P \geq AVC$  (om alla produkter säljs till samma pris)

Krav för att producera på lång sikt:  $TR \geq TC$  eller  $P \geq ATC$  (om alla produkter säljs till samma pris)

- Om det enligt ovan lönar sig att producera, maximeras vinsten när MR (marginalintäkten) är lika med MC (marginalkostnaden)

$MR = dTR/dq =$  (marginalintäkten) visar intäktsökningen om företaget ökar produktionen ”marginellt”

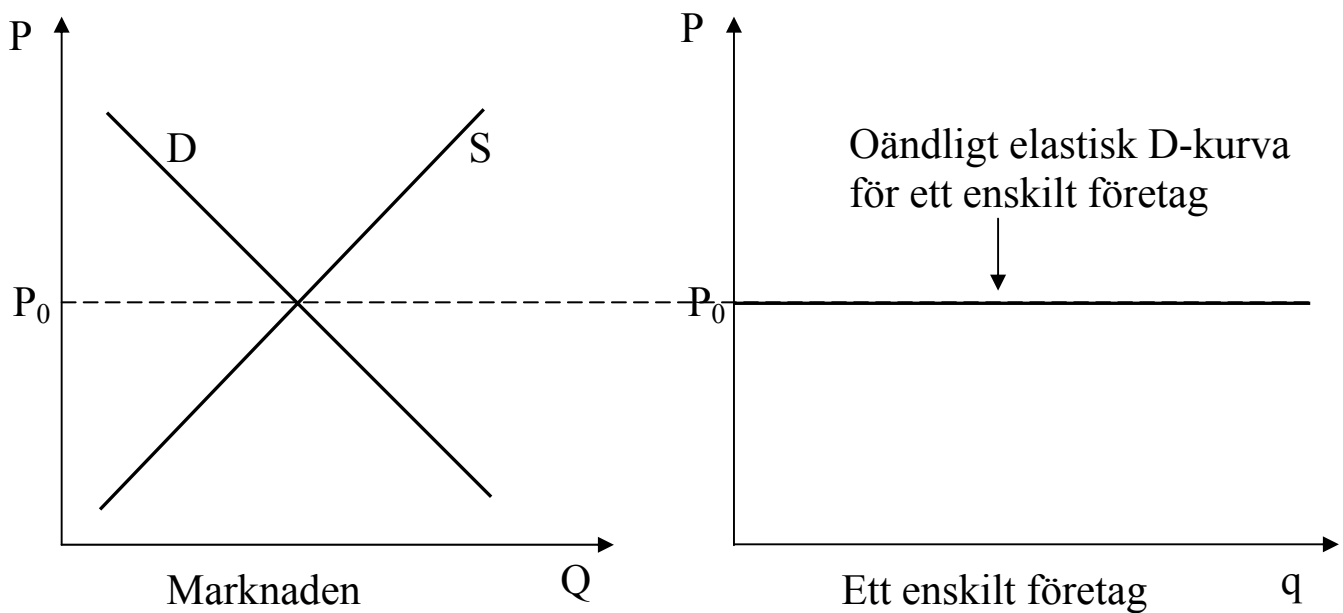
Om  $MR > MC$  lönar det sig för företaget att öka produktionen. Om  $MR < MC$  lönar det sig för företaget att minska produktionen

## Fullständig konkurrens

- Varje företag är pristagare. Det enskilda företaget måste ta marknadspriset för givet

Bakom detta ligger oftast:

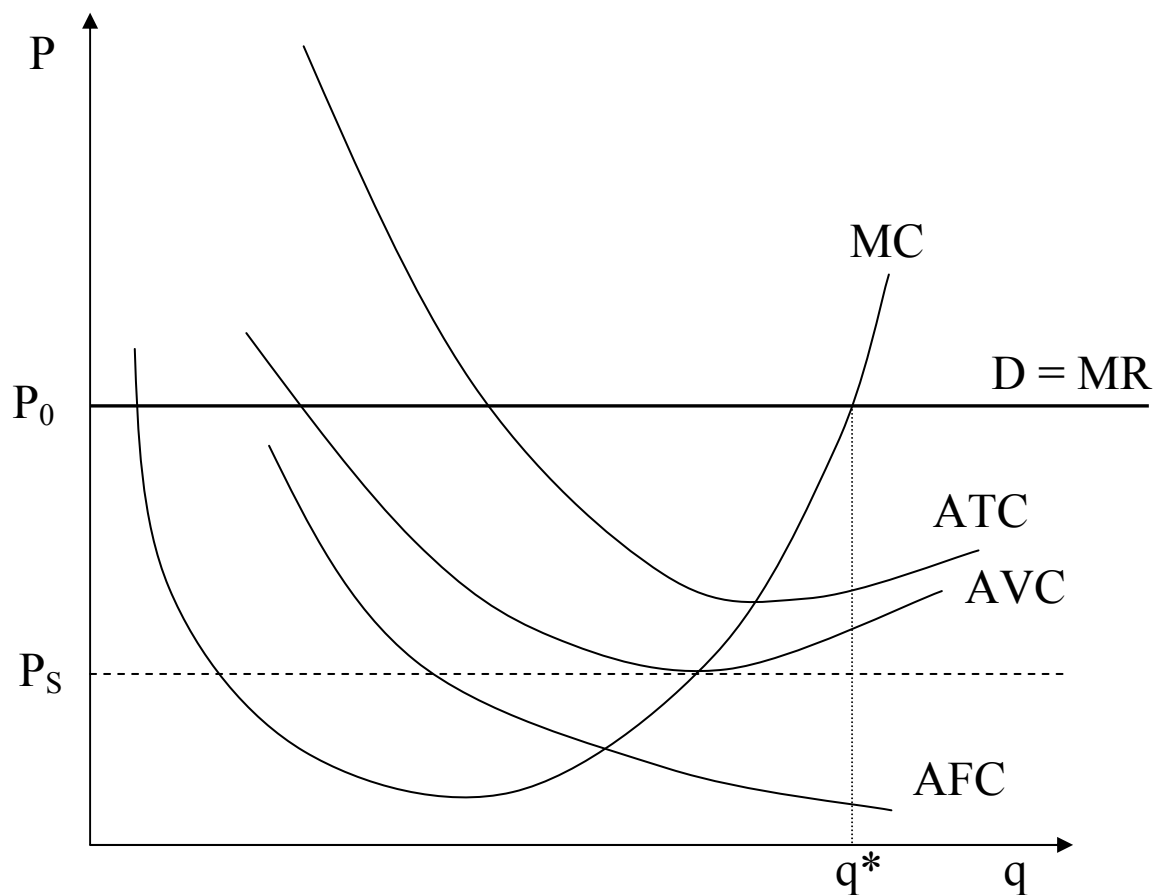
- produkten är homogen
  - konsumenterna är välinformerade
  - företagen är många och små i förhållande till marknaden
  - inget samarbete mellan företagen förekommer
- Det finns inga hinder för nyetablering eller för att lämna marknaden



Det enskilda företaget kan sälja ”så mycket man önskar” till marknadspriset, man kan inte sälja någonting till ett högre pris och har ingen anledning att sälja till ett lägre pris

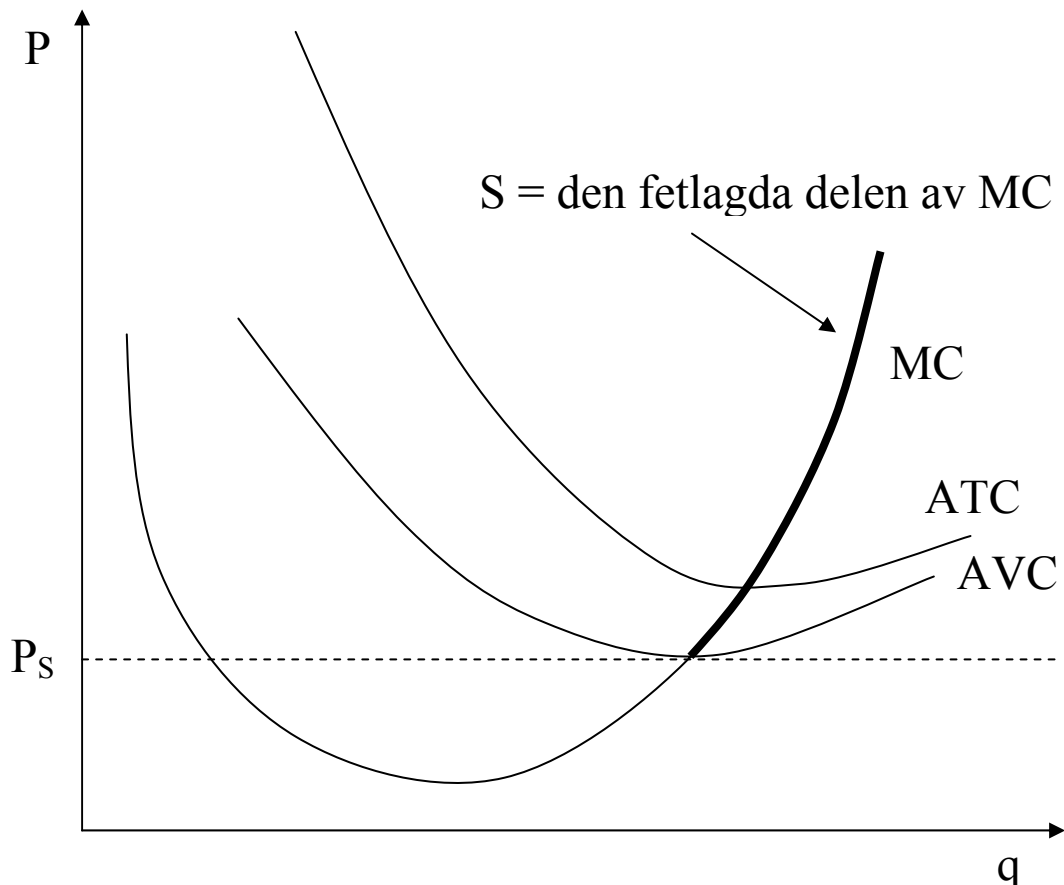
## Vinstmaximering på kort sikt för ett enskilt företag

Företagets val består i att bestämma hur mycket man vill bjuda ut på marknaden till det givna marknadspriset. Eftersom priset är givet visar D-kurvan också MR

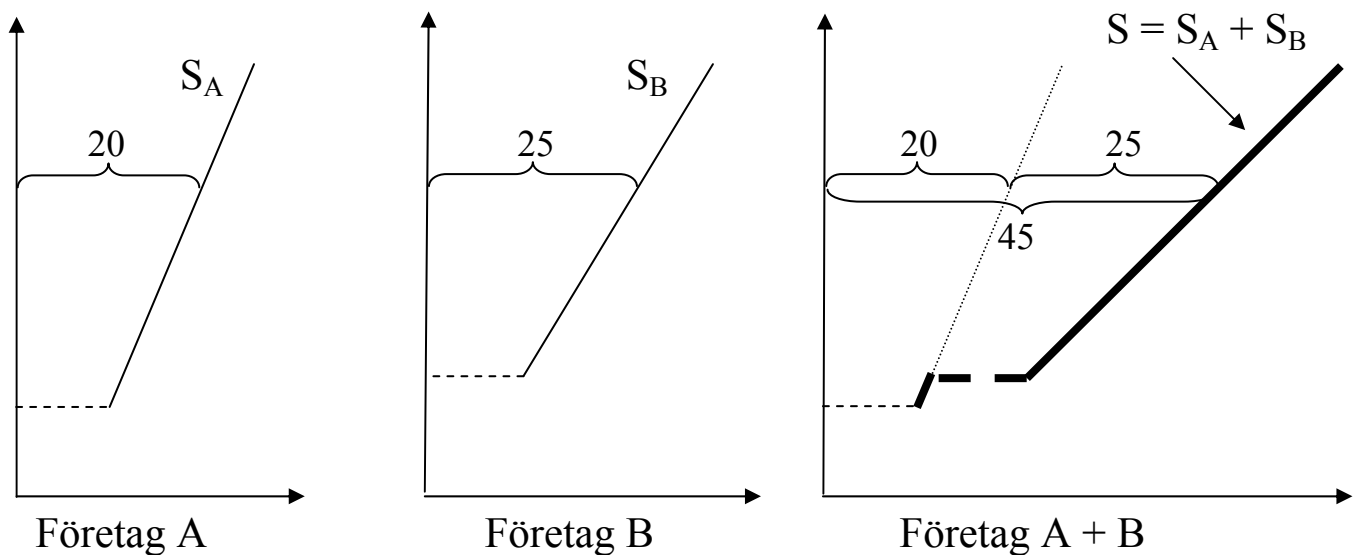


- Vinsten maximeras vid  $q^*$  där  $P = MR = MC$ , vilket också är den kvantitet som företaget väljer att producera. Vid  $q^*$  är även  $P > AVC$
- Om priset stiger ökar man kvantiteten, om priset sjunker minskar man den, hela tiden längs MC-kurvan
- Om priset sjunker under  $P_S (=AVC_{\text{minimum}})$  producerar företaget ingenting alls

Det enskilda företagens utbudskurva visas därför av den del av MC-kurvan som ligger ovanför  $AVC_{\text{minimum}}$

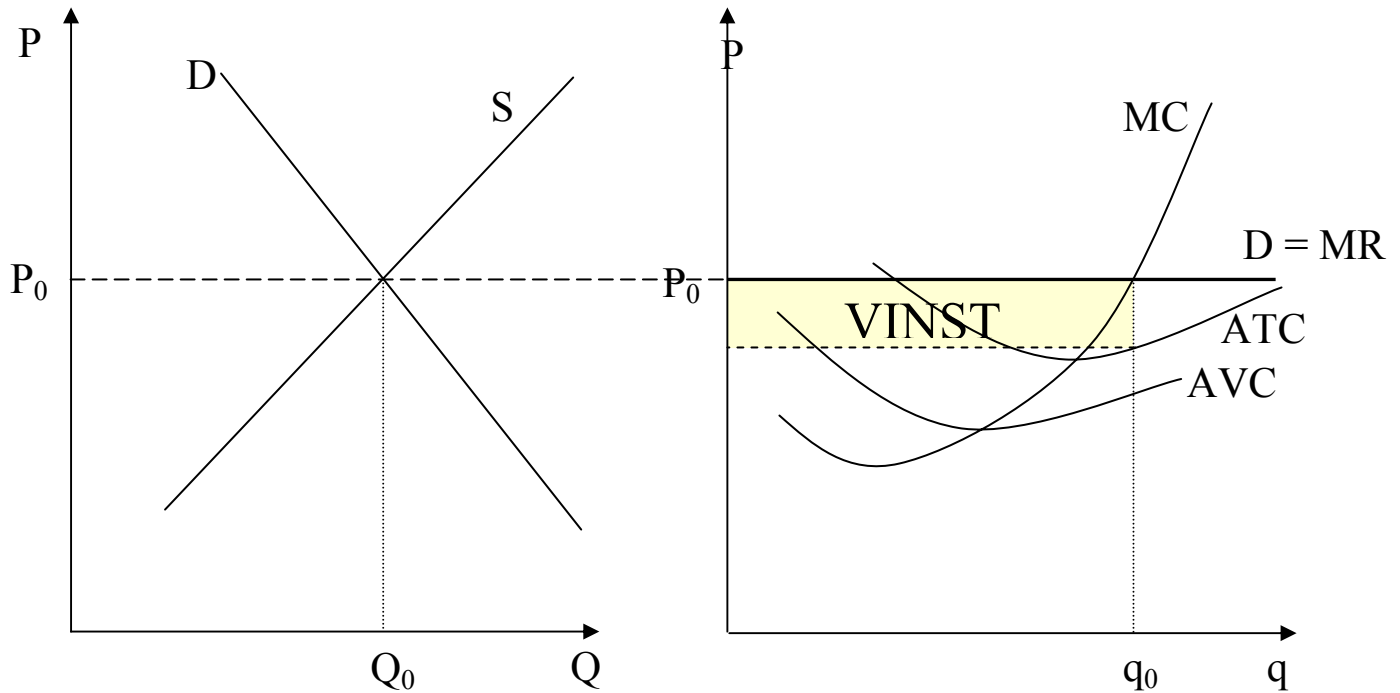


Marknadens utbudskurva erhålls sedan som summan av de enskilda företagens utbudskurvor, i princip enligt nedan

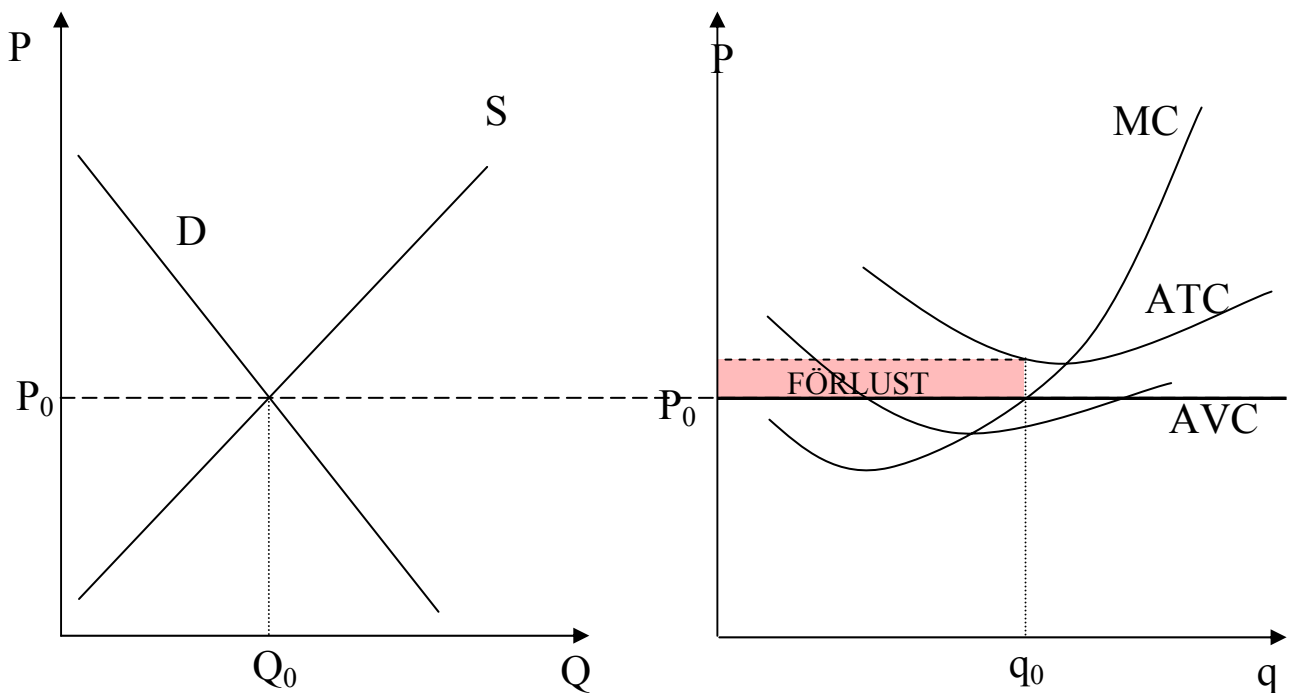


## Vinst eller förlust för ett enskilt företag på kort sikt

*Vinst för enskilt företag*



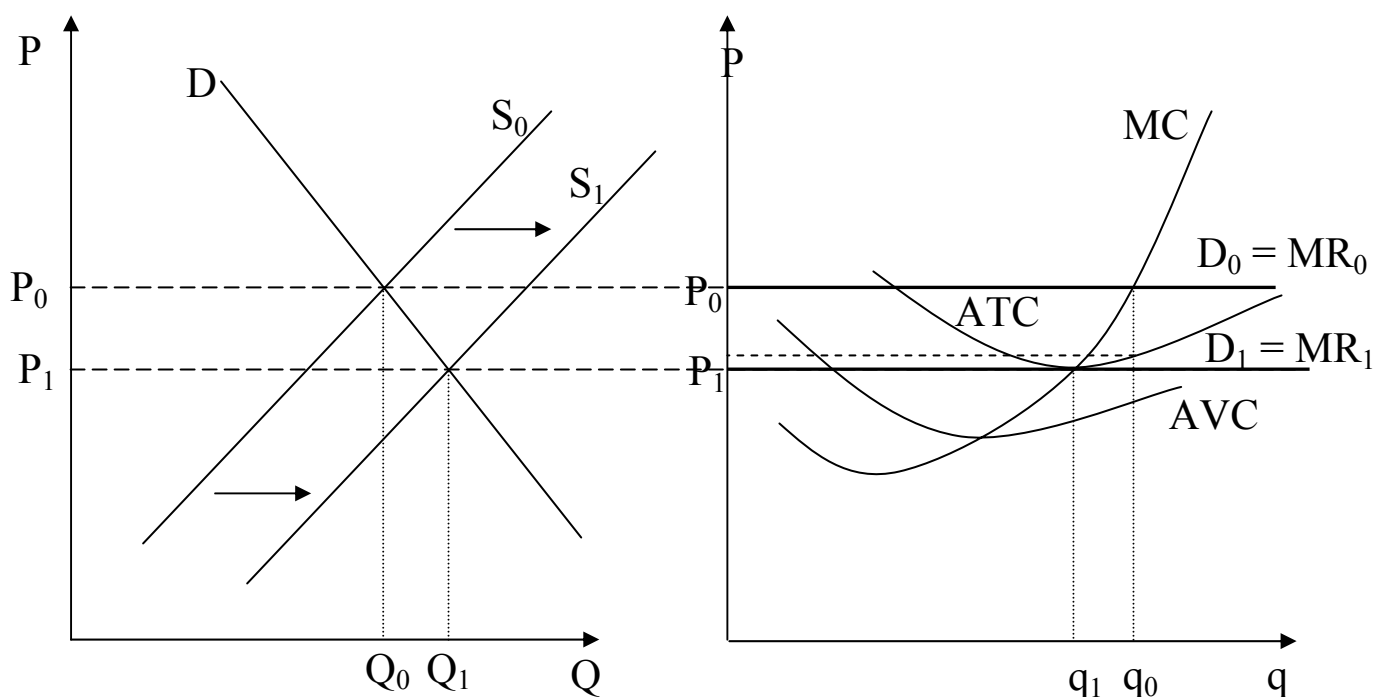
*Förlust för enskilt företag*



## Långsiktiga anpassningar

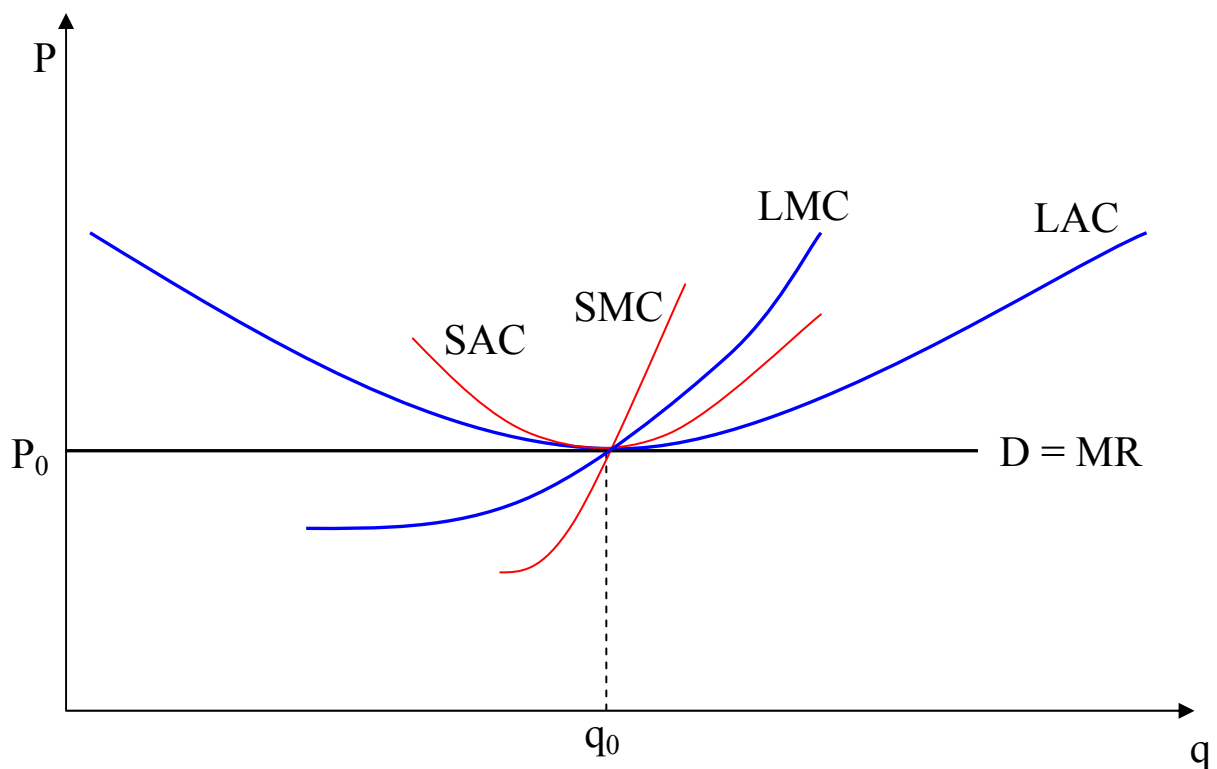
- På lång sikt är det möjligt för nya företag att etablera sig på marknaden och för befintliga företag att lämna marknaden
  - Om de företag som finns på marknaden gör vinster lockas nya företag in, vilket sänker marknadspriset
  - Om de företag som finns på marknaden gör förluster lämnar företag marknaden vilket höjer marknadspriset
  - Anpassningsprocesserna leder till att marknadspriset hamnar på exakt en sådan nivå att företagen gör nollvinst! Då finns inte längre några incitament att etablera sig på marknaden eller lämna den

Exempel: En kortsiktigt vinstgivande bransch



- På lång sikt kan företagen dessutom anpassa sin kapitalstock, vilket innebär att man anpassar sig efter långsiktiga kostnadskurvor istället för kortsiktiga. Man kommer då att se till att fullt ut utnyttja befintliga stordriftsfördelar

Dessa anpassningar leder, om de får fortgå ostört, till att alla företag i långsiktig jämvikt producerar till långsiktigt lägsta kostnad, samtidigt som de gör nollvinst





- Men kan alla företag verkligen göra nollvinst vid samma pris? Är de exempelvis inte olika produktiva?

*Centralt: Om företagen är olika produktiva så måste det bero på kvalitetsskillnader mellan de produktionsresurser som företagen använder sig av*

*Kvalitetsskillnaderna leder till skillnader i produktionsfaktorernas pris som långsiktigt precis motsvarar produktivitetsskillnaderna → alla företag har nollvinst på lång sikt vid fullständig konkurrens*

*Exempel 1: Ett företag är produktivare än andra därför att man har en excellent företagsledare*

Marknadskrafterna kommer att pressa upp lönen för en sådan företagsledare jämfört med andra företagsledare så att löneskillnaden exakt motsvarar skillnaden i produktivitet

*Exempel 2: Ett företag är produktivare än andra därför att man äger ett patent som gör det möjligt att använda sig av en effektivare produktionsteknik*

Marknadspriset på patentet kommer att bli så högt att alternativkostnaden för att själv utnyttja patentet exakt motsvaras av den extra förtjänst företaget gör av att använda sig av den effektivare produktionstekniken

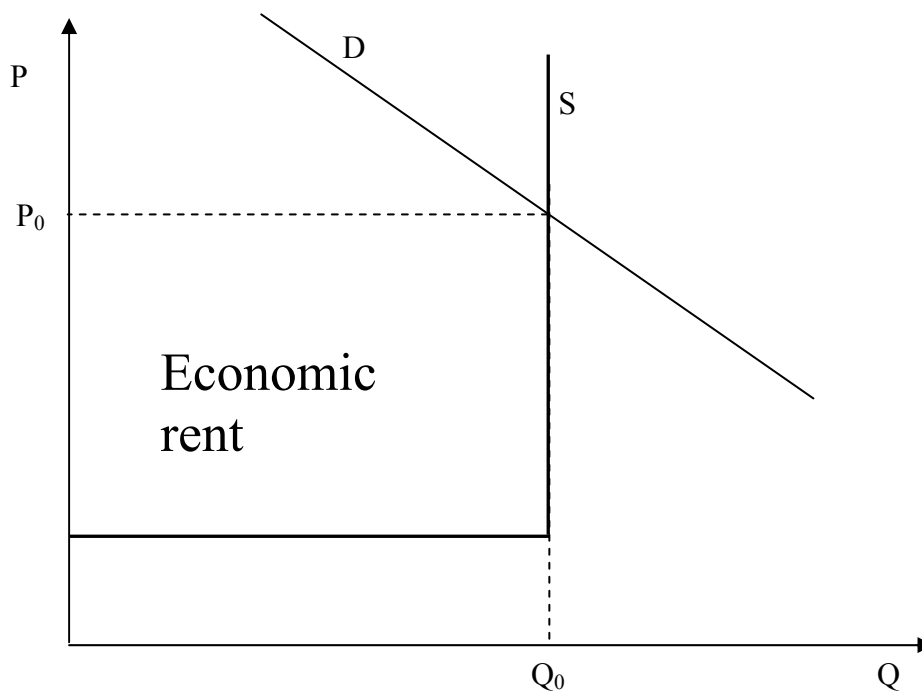
*Exempel 3: En lantbrukare kan få större skördar än andra därför att marken han brukar är bördigare*

Marknadspriset för den mark lantbrukaren äger kommer att bli så mycket högre än annan mark att den högre alternativkostnaden för att själv utnyttja marken exakt motsvaras av den extra förtjänst han gör av att använda sig av den bördigare marken

## **Economic rent**

Den ersättning en produktionsresurs får utöver den lägsta ersättning som krävs för att produktionsresursen skall bjudas ut (i sin nuvarande användning)

För eftertraktade produktionsfaktorer som a) är knappa/unika b) inte kan finna alternativ användning till samma värde, består större delen av ersättningen av economic rent. Priset bestäms helt från efterfrågesidan (exempelvis en berömd artist, idrottsstjärna, produktiv mark)



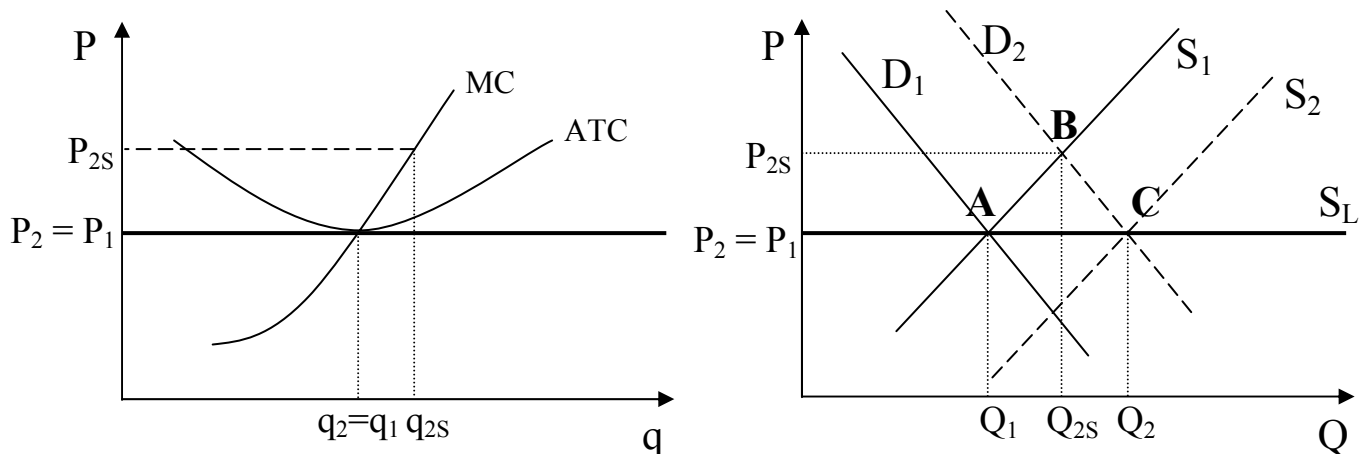
## Industrins långsiktiga utbudskurva, $S_L$

$S_L$  visar långsiktigt samband mellan pris och utbudens kvantitet när alla anpassningar har gjorts på marknaden → längs  $S_L$  är företagens vinster lika med noll

### *Constant cost industry*

Priserna på inputs påverkas inte av hur mycket som efterfrågas, de är oberoende av marknads produktion

Antag att marknaden befinner sig i långsiktig jämvikt och att efterfrågan sen ökar från  $D_1$  till  $D_2$



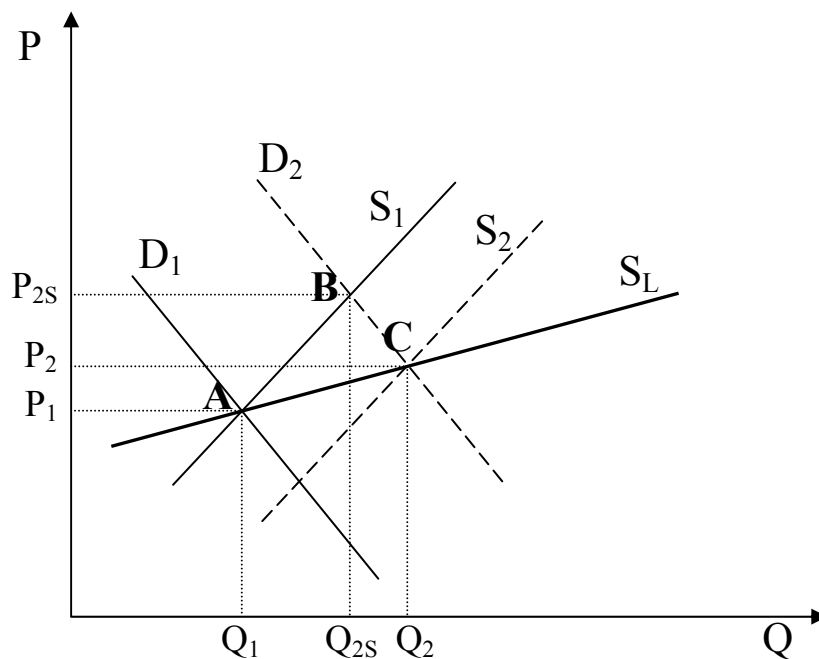
- *Kort sikt (A → B)*: Utbudet är givet av  $S_1$ . Marknadspriset stiger till  $P_{2S}$  och kvantiteten till  $Q_{2S}$ . Det enskilda företaget ökar sin utbudna kvantitet längs MC till  $q_{2S}$ . Eftersom priset överstiger genomsnittskostnaden gör det enskilda företaget vinst

- *Lång sikt (B → C)*: Vinsterna lockar in nya företag på marknaden, vilket förskjuter den kortsiktiga utbudskurvan till höger. Priset sjunker åter. Så länge som företagen gör vinster ökar utbudet (och priset sjunker) ytterligare, till vinsten är nere i noll, vilket inträffar när kortsiktigt utbud är lika med  $S_2$ . Priset är då tillbaka vid ursprungspriset ( $P_2 = P_1$ ), medan kvantiteten på marknaden har ökat ytterligare till  $Q_2$ . Eftersom vinsten är noll befinner man sig nu åter på  $S_L$ . Det enskilda företaget har minskat sin kvantitet till vad den var från början

### *Increasing cost industry*

När produktionen på marknaden stiger ökar priserna på inputs (alternativt måste man använda inputs av successivt allt lägre kvalitet) →  $S_L$  har positiv lutning

Antag att marknaden befinner sig i långsiktig jämvikt och efterfrågan ökar från  $D_1$  till  $D_2$



- *Kort sikt (A→B)*: I princip som vid *constant cost industry*. Utbudet är givet av  $S_1$ . Marknadspriset stiger till  $P_{2S}$  och kvantiteten till  $Q_{2S}$ . De enskilda företagen på marknaden gör vinster.

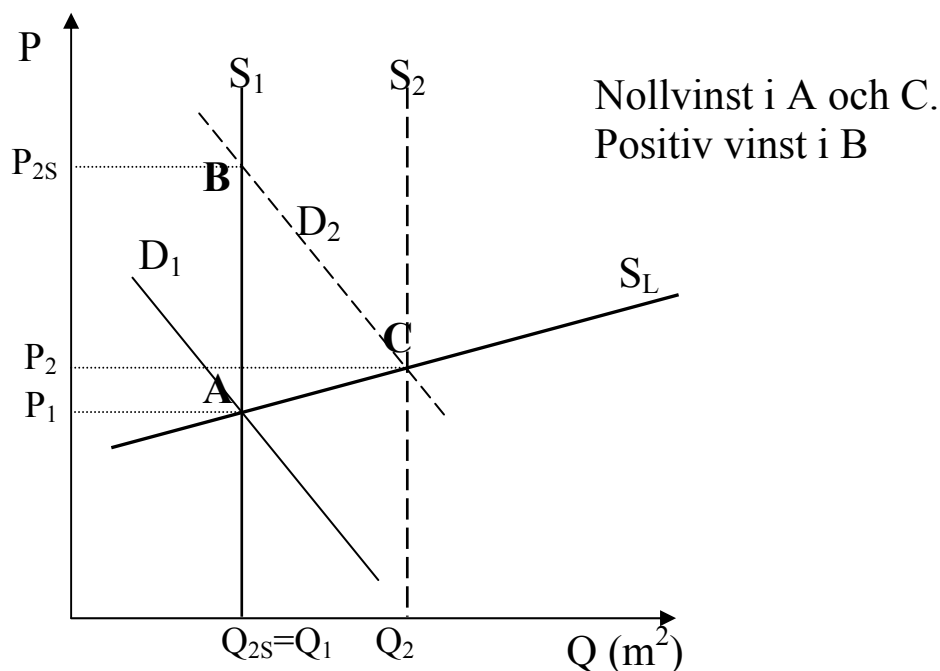
- *Lång sikt (B→C)*: Vinsterna lockar in nya företag på marknaden, vilket förskjuter den kortsiktiga utbudskurvan till höger. Priset sjunker åter, men inte tillbaka till ursprungspriset, eftersom inputpriserna stiger när produktionen ökar. Man uppnår därför åter nollvinst vid ett pris som ligger över  $P_1$ , exempelvis vid  $P_2$ . Den långsiktiga utbudskurvan har därför positiv lutning

## *Decreasing cost industry*

När produktionen på marknaden stiger sjunker priserna på inputs p.g.a. stordriftsfördelar i produktionen av inputs (alternativt finns s.k. externa stordriftsfördelar, fördelar för de enskilda företagen av en totalt sett ökad produktion i branschen) →  $S_L$  har negativ lutning

## Några ytterligare exempel

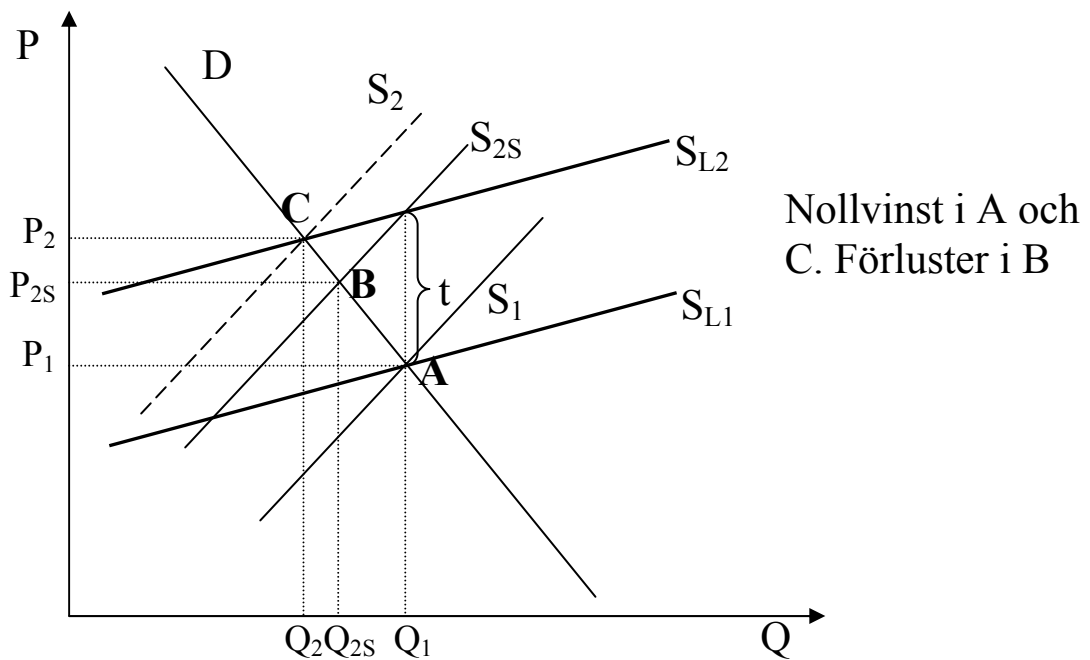
- Antag en efterfrågeökning i en *increasing cost industry* där det kortsiktiga utbudet är givet, som exempelvis bostadsmarknaden



- *Kort sikt (A→B)*: Eftersom utbudet är givet förändras enbart priset, d.v.s. hyran, som stiger till  $P_{2S}$ . De enskilda bostadsföretagen gör vinster.

- *Lång sikt (B→C)*: Vinsterna lockar till en ökad produktion av bostäder vilket förskjuter den kortsiktiga utbudskurvan till höger. Hyran sjunker åter till dess att långsiktig jämvikt uppnås vid priset  $P_2$  och kvantiteten  $Q_2$  (kortsiktigt utbud =  $S_2$ )

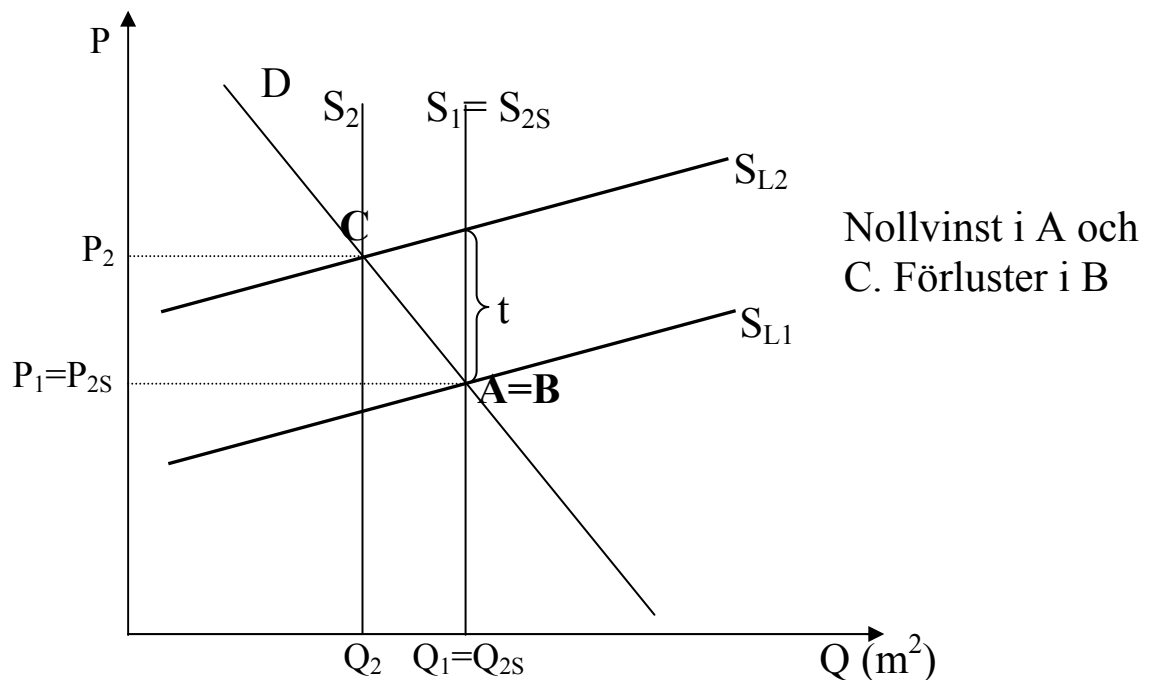
- Antag en skatt per producerad enhet i en *increasing cost industry*



Skatten förskjuter såväl den kortsiktiga (till  $S_{2S}$ ), som den långsiktiga (till  $S_{L2}$ ) utbudskurvan rakt upp med skattens storlek (se  $t$  i figuren)

- *Kort sikt* (**A**→**B**): Priset stiger till  $P_{2S}$  medan kvantiteten minskar till  $Q_{2S}$ . Företagen gör förluster, eftersom man befinner sig nedanför den långsiktiga utbudskurvan
- *Lång sikt* (**B**→**C**): På grund av förlusterna drar sig vissa företag ur marknaden, vilket förskjuter det kortsiktiga utbudet till vänster. Priset stiger/kvantiteten faller ytterligare. Detta fortgår till dess att man åter kan göra nollvinster, vilket inträffar när det kortsiktiga utbudet har nått  $S_2$ . Man befinner sig då åter på den långsiktiga utbudskurvan. Observera att priset jämfört med utgångsläget inte har höjts så mycket att det motsvarar skatten. Förklaringen är att den minskade produktionen på marknaden har sänkt inputpriserna (eller att inputs av lägsta kvalitet inte längre används)

- Antag en skatt per  $m^2$  på bostadsmarknaden (*increasing cost industry*, kortsiktigt utbud givet)

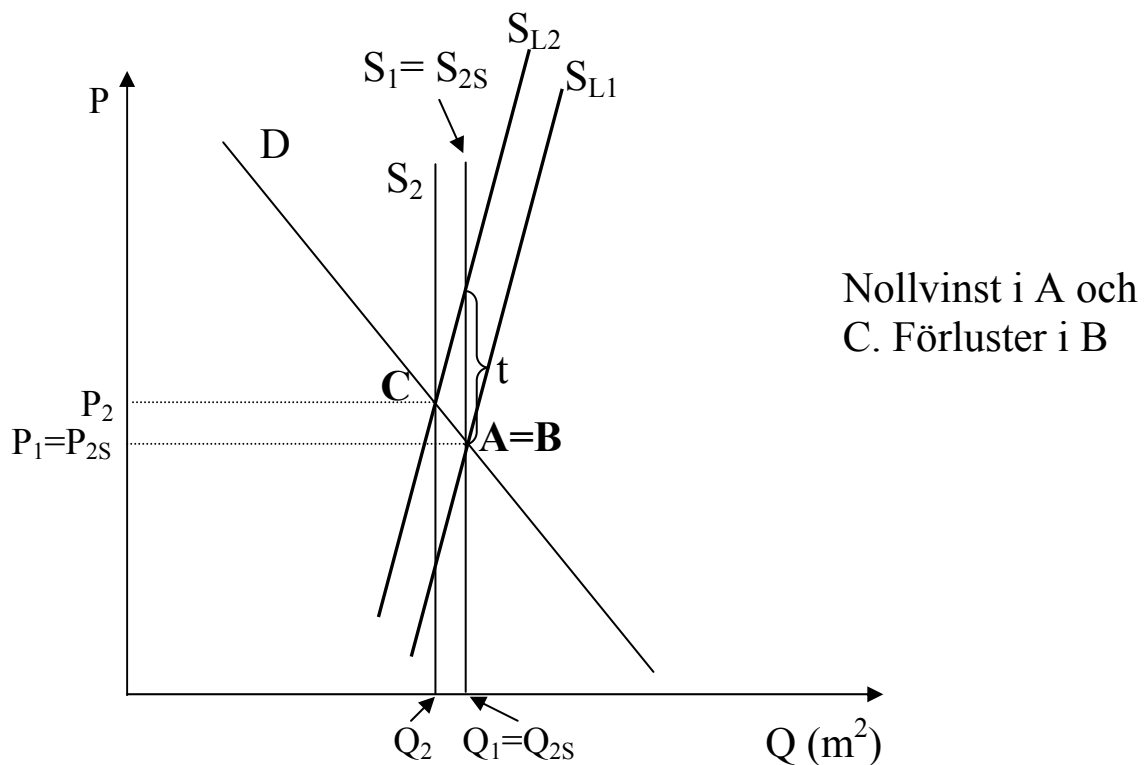


Skatten förskjuter den långsiktiga utbudskurvan rakt upp med skattens storlek (se  $t$  i figuren) till  $S_{L2}$ . Det kortsiktiga utbudet är konstant  $S_{2S} = S_1$

- *Kort sikt (A=B)*: Varken pris eller kvantitet förändras (antag att man fortfarande täcker rörliga kostnader). Bostadsföretagen kan inte övervältra någon del av skatten på hyresgästerna utan gör förluster (man befinner sig nedanför den långsiktiga utbudskurvan)

- *Lång sikt (B→C)*: På grund av förlusterna drar sig vissa företag ur marknaden (man väljer exempelvis att riva istället för att underhålla), vilket förskjuter det kortsiktiga utbudet till vänster. Priset stiger och kvantiteten faller. Detta fortgår till dess att man åter kan göra nollvinster, vilket inträffar när det kortsiktiga utbudet har nått  $S_2$ . Observera att priset jämfört med utgångsläget inte har höjts så mycket att det motsvarar skatten. Förklaringen är att den minskade mängden bostäder på marknaden har sänkt inputpriserna (exempelvis markpriset)

Om mark har låg alternativ användning kommer markpriset att sjunka kraftigt, när efterfrågan på mark minskar som en följd av minskat bostadsbyggande → de långsiktiga utbudskurvor-  
na blir brantare och pris och kvantitet på bostadsmarknaden förändras inte så mycket



Om marken inte kan användas till något annat än för bostadsändamål (d.v.s. all ersättning till mark består av economic rent) så sjunker priset på mark så mycket att skatten inte får någon effekt alls på bostadsmarknaden. Såväl kortsiktig, som långsiktig utbudskurva blir helt lodrät. Skatten "betalas" helt och hållet av markägarna i form av minskat markvärde/markhyra