

Perfekte markeder /sk 13

08.11.2013 13:54

11.12.2013 05:47

09.01.2014 22:12

Perfekte markeder – finnes de?

Svaret, generelt sett, er nei og det bør ha betydning når offentlig forvaltning vurderer å bruke private underleverandører for produksjon av forvaltnings-tjenester.¹

Sammendrag²

I denne artikkel brukes betegnelsen perfekt marked som likeverdig med fullkomment marked. Begrepet perfekt marked bør ikke blandes sammen med begrepet frikonkurranse, da sistnevnte egentlig bare betyr at offentlige myndigheter ikke griper inn i prisdannelse og markedets funksjonsmåte ellers. Fri konkurranse er således i utgangspunktet bare en av forutsetningene for modellen for det perfekte marked.³

Perfekt konkurranse i en markedsøkonomi betyr at i alle markeder har de enkelte selgere (produsenter og forhandlere) svært små markedsandeler og tilpasser seg som pristagere. Hvis man ser seg rundt i moderne markedsøkonomier, så ser man at selgersiden vanligvis har betydelige markedsandeler og driver en aktiv prispolitikk. Det kan derfor virke unødvendig å påpeke at perfekte markeder ikke er noe fremherskende fenomen, hvis det i det hele tatt forekommer. Når det likevel kan være viktig å ta det opp, så skyldes det at frikonkurranse betegner et politisk paradigme (liten offentlig forvaltning og minst mulig regulering av markeder), som er begrunnet i den teoretiske modell for perfekte markeder (PKM-modellen). "Frikonkurranseparadigmet" (egentlig paradigmet om perfekt konkurranse) gir inntrykk å ha en teoretisk relevans, som det ikke er empirisk dekning for.

Det er vanlig å påstå at offentlig tjenesteproduksjon er lite kostnadseffektiv sammenlignet med firma i privat sektor. Denne påstand er vanligvis ikke basert på empirisk dokumentasjon. Påstanden er begrunnet i misforstått teoretisering. Tjenesteytende enheter i offentlig forvaltning oppfattes som monopolbedrifter, som underforstått misbruker sin monopolmakt. Tjenesteytende enheter i privatsektor derimot fungerer i henhold til teorien/modellen for det perfekte konkurransemarked og er derfor per definisjon kostnadseffektive. Man foretar derfor en slags sammenligning mellom den faktiske effektivitet i offentlig forvaltning med en teoretisk modell for effektiviteten i privat sektor.

I det etterfølgende vises det at forutsetninger for eksistensen av perfekte markeder ikke er oppfylt. Det samme gjelder også generell likevektsteori, - kfr avsnitt 3. Det betyr at man i praksis står overfor imperfekte markeder (monopolistisk konkurranse og oligopol), - kfr avsnitt 4. Baumol & Blinder (2012), side 171, der det hevdes:

¹ Takk til Norvald Monsens røntgenblikk for diverse forbedringer.

² Denne artikkel ble skrevet 8. november 2013. Det var derfor en positiv overraskelse at professor Karine Nyborg, UiO, i Aftenposten 21. november 2013 hadde en artikkel i Aftenpostens Økonomimagasin: *Absurd idé om den perfekte konkurranse – Økonomifagets egen retorikk kan bidra til en for naiv holdning til markedets fortreffelighet*.

³ På norsk synes det ikke vanlig å skille mellom fri konkurranse og perfekt konkurranse, - kfr f eks Sandmo (2006), p 247. Her følges engelsk sprogbruk der *perfect competition* (eventuelt *pure competition*) gjelder funksjonsmåten til et marked, - kfr Wikipedia, mens *free competition* betegner fravære av offentlige inngrep, - kfr begrepet *free trade*. Det synes som om frikonkurransebegrepet kan tilbakeføres til Adam Smith for hvem det var viktig at markedene ikke var regulert av offentlige myndigheter eller private sammenslutninger, - kfr Stigler (1957).

Perfect competition is far from the typical market form in the US economy. Indeed, it is quite rare. Pure monopoly – literally one firm – is also infrequently encountered. Most of the products you buy are no doubt supplied by oligopolies or monopolistic competitors.

Firmaene i slike markeder driver strategisk prispolitikk med sikte på økt profitt og/eller økte markedsandeler. Prisene i slike markeder avspeiler derfor ikke det langsiktige kostnadsoptimale prisnivå

Det er et sterkt politisk press ikke minst fra næringslivet selv og dets organisasjoner for konkurranseutsetting, dvs bruk av private underleverandører for offentlig betalt produksjon. Næringslivets påstand er at private firma er mer effektive enn forvaltningen, slik at økt bruk av private underleverandører kan lede til redusert ressursforbruk. Hvis vi ser i øynene at disse firma operer i imperfekte markeder så er en slik påstand ikke sannsynlig rent teoretisk. Det foreligger etterhvert en del erfaringer som viser at man generelt ikke oppnår ressursbesparelser. Det synes også å gjelde i de tilfeller der private underleverandører opprettholder den forønskede kvalitet på produksjonen eller tilbyr like gode lønns- og arbeidsbetingelser for de ansatte. I et langsiktig perspektiv kan det derimot være grunn til å tro at utstrakt bruk av private underleverandører vil føre til et høyere ressursforbruk (om kvalitet, samt lønns- og arbeidsbetingelser ikke skal forringes).

1 Innledning

PROBLEMSTILLINGEN

Rådende økonomisk mikroteori på grunnleggende nivå er fortrinnsvis viet to typer av markeder: (a) det perfekte marked og (b) monopolmarkedet. Den populære tolkning eller feiltolkning av mikroteorien er at det private næringsliv opererer under sterkt konkurranse i markeder som iallfall tilnærmet fungerer som perfekte markeder og dermed på lang sikt vil produsere til priser som er tilnærmet kostnadsoptimale. Denne situasjon er illustrert i figur 1, her betegner AC enhetskostnader (average cost) og MC er marginalkostanden (marginal cost).⁴ Kapasiteten i det representative firma er tilpasset kostnadsoptimalt, dvs $x=10$, ut fra den langsiktige likevektspris, $p=20$. Renprofitten er da lik null, men normal avkastning på den investerte kapital inngår i enhetskostnadene. Baumol & Blinder (2012), side 185, hevder

When a perfect competitive industry is in long-run equilibrium, firms maximize profits so that $P = MC$, and entry forces the price down until it is tangent to the firm's long-run average cost curve ($P = AC$). As a result, in long-run perfect competitive equilibrium it is always true that for each firm

$$P = MC = AC.$$

Likhet på lang sikt mellom pris, marginalkostnad og enhetskostnad for hvert enkelt produkt (gode) er hovedkriteriet på at modellen for det perfekte marked er samfunnsgavnlige.

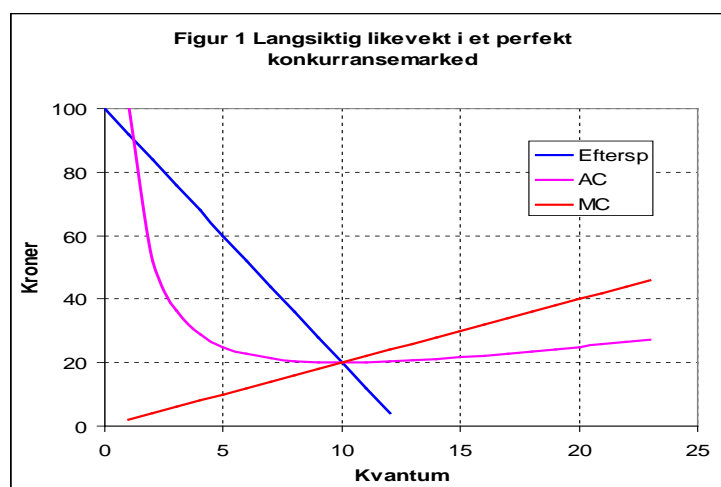
Bemerk at det bare er i teorien at perfekte markeder på lang sikt gir et slik resultat. Et slik resultat tilsier at samfunnet utvikler seg mot en stasjonær tilstand, der alt forblir uendret. Problemet er at lang sikt aldri kan inntreffe, fordi samfunn stadig utvikler seg og

⁴ I figuren er det brukt enkle funksjoner. Efterspørselsfunksjonen er $D = 100 - 8x$, mens kostnadsfunksjonen er $C = 100 + x^2$, slik at $AC = 100/x + x$ og $MC = 2x$.

samfunnsforhold endres i større eller mindre grad på de fleste områder. Stigler (1957) drøfter blant annet spørsmål av denne type, men det behandles ikke nærmere her.

Det er likevel betraktninger av ovennevnte type, som ligger bak påstanden om at det private næringsliv representerer kostnadseffektive løsninger for de fleste (evt alle) produksjonsoppgaver. Ut fra en slik misforståelse kan det danne seg oppfatninger om at prisene i næringslivet representerer en slags "objektive kostnader", som gir et naturlig utgangspunkt for sammenligninger med produksjon i offentlig forvaltning, dvs referansemålinger som viser at næringslivet har "best practice".⁵

Produksjonsenheter i offentlig forvaltning har ofte nasjonal eller lokal enerett til produksjon i sitt område, dvs de enkelte enheter befinner seg i en monopollignende situasjon. Man kan da (i) enten legge an den betraktningmåte at enheten selger sin produksjon til de folkevalgte og da tar ut en monopolprofitt og/eller (ii) på grunn av manglende konkurranse så vil offentlige enheter sløse med sine ressurser.



Det faller uten for rammen av denne fremstilling å gå særlig inn på økonomisk byråkratiteori. Vanligvis er slik teori basert på den tolkning at rasjonelle byråkrater vil oppvise utpreget egosentrisk adferd, som kan justeres eller kontrolleres ved ulike incentivordninger (stykkprissystemer) eller omfattende rapporteringsrutiner osv. I mange vestlige land har man etterhvert en del erfaring med slike ordninger og man kan vanskelig si at erfaringene generelt sett er særlig positive. Mye av årsaken til det er at utgangspunktet er feilaktig. Offentlige byråkrater og profesjonsutøvere er ikke nødvendigvis særlig egosentriske i økonomisk forstand, men kan være rasjonelle i profesjonsetisk forstand. Det vil si de kan et fagområde, som derved blir det "viktigste i verden". Det kan lede til ensporethet og det man kanskje kan kalle faglig egoisme. I demokratier er det de folkevalgtes oppgave å veie ulike interesser mot hverandre, slik man får en demokratisk optimal løsning.⁶ Slike forhold behandles ikke nærmere her.

⁵ Folk som kan være offer for en slik misforståelse kan også være bedriftsøkonomer fra "direktørskolene", som bare har grunnkurs i mikro, men likevel er "verdensmestre". Dette kan knyttes opp mot den kritikk av mikro-økonomiske lærebøker, som er fremmet av Hill & Myatt (2010).

⁶ Man kan hevde at offentlig byråkrater og profesjonsutøvere har spesielt store muligheter for å påvirke folkevalgte vedtak, men det er et forhold som alle forstår. Det er langt verre når store private firma/selskaper og deres organisasjoner ofte i det mer skjulte forsøker å påvirke folkevalgte vedtak.

TEORETISK OG POLITISK UTGANGSPUNKT.

(i) Man kan si mye fordelaktig om vestlige markedsøkonomier. Internasjonale erfaringer tilsier at av de økonomiske system man hittil har hatt erfaring med så er det bare markedsøkonomier som medfører at man kan kombinere (a) politisk demokrati med menneskerettigheter osv, (b) økende levestandard for store deler av befolkningen, og (c) en forholdsvis omfattende velferdspolitik for befolkningen som ikke nødvendigvis går utover økonomiens vekstevne, - kfr utviklingen i nordisk land og f eks Wilkinson & Pickett (2011). Argumentasjonen i det etterfølgende går derfor ikke ut på å erstatte det markedsøkonomiske system, men bare ha et mer realistisk syn på systemet funksjonsmåte.

(ii) Etter de internasjonale kriser i de senere år foreligger det en del bidrag fra økonomer som forsøker å avvise den eksisterende økonomisk teoretiske lærebygning (vanligvis bare omtalt som økonomisk teori). Den gjelder ikke nødvendigvis bare den makroøkonomiske del, men også den mikroøkonomiske. Et eksempel er Keen (2011), som foreslår mer grunnleggende endringer i teorien.⁷ Slik jeg ser det er Hill & Myatt (2010) nærmere intensjonene i denne artikkel selv om de favner videre. Det gjelder også Marglin (2008).

Poenget – slik jeg ser det – er ikke at neoklassisk mikroteori er feilaktig eller misvisende, men at man legger overdreven vekt på de to mest virkelighetsfjerne markedsformer (perfekt konkurranse og rent monopol) i stedet for å betone eksisterende markedsformer (monopolistisk konkurranse og oligopol).

I denne artikkelen er det imidlertid mangel på realisme i forutsetningene for eksistensen av perfekte markeder, som behandles.

(iii) Det er vanskelig å fri seg fra det inntrykk at økonomisk teori har utviklet seg fra å være bidrag til bedre samfunnsforståelse og derigjennom samfunnsforbedringer, til å bli en akademisk karrierevei. Anvendelse av avansert matematikk og statistiske beregningsmodeller osv krever ofte spesielle forutsetninger om datakvalitet og enkle årsakssammenhenger, samt forutsetninger om at alle kvalitative variable kan kvantifiseres. Dette synes å kunne bety at en del avanserte bidrag ”mister kontakt med virkeligheten”.⁸ Det er kanskje i og for seg greit. Problemene oppstår når det hevdes at slike modellberegninger sier noe om ”virkeligheten” og at man kan basere beslutninger/politikk på slike beregninger.

(iv) I det etterfølgende dreier det seg i stor grad om effektivitet i betydningen kostnadseffektivitet og det kan derfor være nødvendig med en presisering innledningsvis. Kostnadseffektiv betyr at produksjonen av et produkt (f eks en tjeneste) skjer til lavest mulig enhetskostnad (= gjennomsnittskostnad) samtidig som kvaliteten holder et gitt og forønsket nivå. Mange økonomer taler – beklageligvis - om effektivitet i produksjonen uten å trekke inn kvalitetsaspektet. Ved empiriske effektivitetsstudier er det ingen selvsagt ting at kvaliteten ikke reduseres.

⁷ Keen forsøker å skrive for ikke økonomer, dvs han unngår grafer og matematikk. Det gjør hans fremstilling tung å følge – etter mitt syn.

⁸ Matematiseringen av økonomifaget synes også å medføre at matematisk eleganse og generalitet bidrar til lite virkelighetsorienterte fremstillinger. Incitamentssystemet og karriereveien for akademiske økonomer synes å gå raskest/enklest ved anvendelse av nye og avanserte matematiske og statistiske analysemetoder, der anvendelse av selve metoden tillegges større vekt enn graden av virkelighetsrelevans. Grunnforskning som ikke kommer til anvendelse i anvendt forskning synes å ha liten verdi.

I denne forbindelse kan man skille mellom ”ytre kvalitet” og ”indre kvalitet”, slik at ytre kvalitet gjelder kjøper eller tjenestemottager, mens indre kvalitet gjelder lønns- og arbeidsvilkår for de ansatte.

HVA KJENNETEGNER ET PERFEKT MARKED?

De ”gamle” økonomer som Adam Smith, John Stuart Mill og Alfred Marshall brukte ikke begrepet perfekt konkurranse, - kfr Marshall (1920/1961), §4 og 5, p 4-11.⁹ Stigler (1957) har laget en sammenfatning av Adam Smiths betingelser for et konkurransemarked.¹⁰ Begrepet synes å ha blitt innført som et resultat av overgangen til matematisk økonomi etter den såkalte marginale revolusjon i 1870-årene. Anvendelse av matematiske modeller stiller langt strengere krav til formaliserte forutsetninger, enn vanlig verbal teori. Matematisk økonomi har en rekke fordeler ved logisk stringens og mulighet for avansert analyse av mange kompliserte økonomiske problemer. Ulempene ved den matematiske formalisering er at man derved tvinges til å gjøre forutsetninger, som ikke er oppfylt i praksis. Det er også i og for seg i den grad man oppnår økt innsikt, men det kan begrense den praktiske anvendelse.

Det er overraskende at ulike lærebokforfattere har svært ulike oppfatninger om hva de nødvendige kjennetegn for et perfekt marked er. I en del nyere lærebøker i mikroteori ansees en slik presisering eller opplisting antagelig som unødvendig, - kfr Andreassen (2012), Pindyck et al (2009) og (2013), Riis & Moen (2012). I disse bøker er det fortrinnsvis pristagerforutsetningen, som nevnes, men til dels også forutsetning om homogene produkter.

Det kan ansees som et vitenskapelig ideal å ha et færrest mulig antall forutsetninger. Det gjelder når den ene forutsetning kan avledes av en annen. Eksempelvis er stordriftsfordeler på lang sikt i produksjon uforenlig med pristagertilpasning. Her ansees det at i noen tilfeller så vil en forutsetning øke sannsynligheten for at en annen er oppfylt. Eksempelvis vil en forutsetning om homogene produkter gjøre forutsetningen om fullkommen informasjon (for vedkommende produkt) mer sannsynlig. I denne fremstilling regnes en mest mulig fullstendig opplisting som et mål i seg selv, da det er realisme i de enkelte forutsetninger som skal vurderes.

I noe eldre lærebøker som Dedekam (2002), Grønn (2005), Ringstad (2002) og Sæther (2003), er det derimot mer fullstendige oversikter, dvs fra fire til syv kriterier. I Wikipedia er det regnet med 11 kjennetegn. I den etterfølgende oversikt er det regnet med 12 kjennetegn, men egentlig skulle det kanskje være 13. Den viktigste side ved stordrift er kanskje ikke muligheten for lavere enhetskostnader, men de muligheter som størrelse (målt i sysselsetting eller markedsandeler) betyr med hensyn på forhandlingsstyrke overfor andre næringsdrivende, næringslivets organisasjoner og ikke minst overfor folkevalgte organer. Størrelse gir makt.

Stigler (1957) har en historisk oversikt over perfekt konkurranse i et idéhistorisk perspektiv. Denne historiske oversikt over konkurransebegrepet er ikke uinteressant, men faller utenfor rammen av denne fremstilling. Stiglers forsvar mot påstandene om at perfekt konkurranse er urealistisk består av to argumenter. Det første er greit, da teoretiske analyser nødvendigvis ofte må bygge på abstrakt tenkning og abstrakte begreper. Det annet argument er det vanskeligere å ta alvorlig. Perfekt konkurranse blir ikke realistisk fordi mange

⁹ Ricardo og hans tilhengere brukte begrepet free competition, dvs fravær av offentlig inngrep.

¹⁰ Jeg bruker betegnelsen konkurransemarked om et marked med konkurranse, men ikke med perfekt konkurranse. Smiths fem betingelser var (i) fravær av samarbeid mellom markedsaktørene, (ii) antall aktører er så stort at ekstraordinære gevinster ikke oppstår, (iii) aktørene har tilfredsstillende kunnskap om markedsforholdene, (iv) aktørene har frihet til å handle i henhold til slik kunnskap og (v) det må være tilstrekkelig tid til at aktørene kan anvende sine ressurser på forønsket måte.

økonomer – siden 1930-årene – har basert sin undervisning og annet arbeid på en forutsetning om at det private næringsliv generelt sett opererer i perfekte markeder.

2 Forutsetningene for perfekt konkurranse

Her er det valgt å gruppere de nødvendige forutsetninger for perfekt konkurranse, slik at de er fordelt på tre kategorier. Kategoriene omtales som ”politiske forutsetninger” ”markedets funksjonsmåte” og ”vurderinger av markeder”. Det vises til tabell 1, som gir en nærmere fordeling på undergrupper. En undergruppe som B4 Pristageradferd innebærer at det ikke er noe samarbeid mellom markedsaktørene eller at det ikke er stordriftsfordeler.

Blant økonomer vil det neppe være enighet om hvorledes en slik kategorisering bør være. Utgangspunktet her er å ta med ”de tause forutsetninger”, som vanligvis ikke nevnes eksplisitt, og andre forhold som er viktig når det gjelder vurdering av markeder som virkemidler i samfunnspolitikken.

Tabell 1

A Politiske grunnforutsetninger		
	A1 Velordnet samfunn	
	A2 Økonomiske aspekter	A2.1 Uregulerte markeder
		A2.2 Mobilitet og fri inngang eller utgang fra markedet
B Markedets funksjonsmåte		
	B1 Homogene goder	
	B2 Momentan effekter	
	B3 Maksimeringsadferd	B3.1 Mentale grenser
		B3.2 Informasjonsnivå
		B3.3 Transaksjonskostnader
	B4 Pristageradferd	B4.1 Intet samarbeid
		B4.2 Ingen stordriftsfordeler
C Vurdering av markeder		
	C1 Eksterne virkninger	
	C2 Fordelingsspørsmål	

A1 VELORDNET SAMFUNN

De politiske forutsetninger er vanligvis underforstått (”tause forutsetninger”). Teorien (PKM-modellen) gjelder et velordnet samfunn med hensyn på institusjonelle forhold, som statsledelse, lov og orden, privat eiendomsrett, infrastruktur (samferdsel), befolkningens kunnskapsnivå (grunnskolekunnskaper eller mer), beskatningssystem osv. Av de lærebøker som er betraktet er det bare Sæther (2003), som synes det er viktig å presisere at privat eiendomsrett er en viktig forutsetning. Om den underforståtte eksistens av samfunnet hevder Marglin (2008) endog:

The problem is that the foundational assumptions of economics not only make community invisible; these assumptions also limit the ability of economics to understand the parts of the world in which we must take an interest. (p 4).

Kravet om et velordnet samfunn er helt nødvendig. Det er ikke rare markedsøkonomien en dyktig forretningsmann helt alene kan få til hvis virksomheten skal skje i et stenaldersamfunn (jegere og samlere) dypt inne i en jungel. Denne gruppe av forutsetninger drøftes ikke nærmere i det følgende. For vestlige markedsøkonomier synes disse ”politiske” forutsetninger i hovedsak å være oppfylt.¹¹

Går man tilbake til Adam Smith finner man at nesten 30 prosent av teksten, kfr siste del av Smith (1776/1976) behandler offentlig forvaltning og offentlige oppgaver som er nødvendig for å skape ”et velordnet samfunn”. I våre dager tas eksistensen av et velordnet samfunn, som så selvsagt at det synes å føre til tøv i en del sammenhenger.¹²

A2.1 – UREGULERTE MARKEDER

PKM-modellen gjelder uregulerte markeder. Det er ingen offentlig myndighet som fastlegger administrerte priser (pris ved dekret). Teorien er imidlertid egnet til å vise virkninger av slike administrerte priser og virkningen av minstepriser eller maksimalpriser, samt virkninger av mengdereguleringer av forskjellig slag.

Dette fravær av offentlig innblanding i markedet kalles fri konkurranse eller frikonkurranse.¹³ Det betyr at frikonkurranse egentlig bare er en forutsetning for perfekt konkurranse.

A2.2 - FRI FAKTORMOBILITET OG FRI INN- OG UTTREDEN

Fri mobilitet betyr at produksjonsfaktorene – i det lange løp – kan flyttes dit hvor de gir størst avkastning. Det er selvsagt avgjørende forutsetning for ($P = MC = AC$). En nærmere drøftelse av dette tilsier presisering av hva som menes med produksjonsfaktorer, dvs ressurser, og hva som skal legges i mobilitet. Det forfølges ikke nærmere i denne sammenheng.

Fri inntreden og uttreden betyr at nye markedsaktører har fri adgang til markedene og at eksisterende markedsaktører på frivillig basis kan trekke seg ut av markedene. Det er ikke nødvendigvis tilfelle i praksis.

På konsumentensiden kan man reise spørsmålet om konsumenter kan trekke seg ut av markeder for nødvendighetsgoder. På produsentensiden har fokus tradisjonelt vært på om man må ha myndighetenes tillatelse til å drive produksjon på visse områder. Det gjør seg gjeldende i autorisasjonsordninger, som skal sikre konsumentene at produsenten har de faglige kvalifikasjoner for kvalitetsmessig tilfredsstillende produksjon. Herunder kommer også regulering av mulighetene for å drive grunnskoler, sykehus osv. Myndighetenes inngrep kan også innføres, når produksjon ansees moralsk forkastelig (prostituasjon osv).

Det største problem på produksjonssiden: (a) Visse former for produksjon krever kostbare produksjonsanlegg, som begrenser etableringsmulighetene. (b) Visse former for produksjon krever tilgang til distribusjonskanaler for å nå ut til kjøperne. Tenkt eksempel,

¹¹ Betegnelsen vestlige markedsøkonomier bruker her i vid forstand, slik at f eks Australia, Japan og New Zealand er inkludert.

¹² Noen økonomer (Finansdepartementets rådgivere) mener at skattesystemet medfører et dødvektstap, som tilsier at offentlige utgifter før ha et tillegg, slik at dødvektstapet ved skattesystemet blir inkludert. Det er tøv et da skattene i hovedsak skyldes at innbyggere og næringslivet må betale for ”et velordnet samfunn”. På samme måte som det ikke eksisterer ”noen gratis lunsj” (free lunch), så finnes det heller ikke noe ”gratis velordnet samfunn”.

¹³ Denne sprogbruk går tilbake til Adam Smith. Han skilte mellom frikonkurranse og monopol, og monopol ble etablert ved kongelig forordning. Smith så klart at monopol ved å holde igjen på kvantum (underforsyning av markedet) kunne oppnå en høyere pris. Kfr også Sandmo (2006), p 51.

oppfinneren av ”verdens beste leverpostei” risikerer ikke å få solgt et regningssvarende kvantum, hvis ikke de store matvarekjeder vil ta vidunderproduktet inn i sitt sortiment. (c) Mange forbrukere er ”vanedyr”, som viser merkevarelojalitet, dvs folk bruker system 1 i henhold til Kahneman (2011). Det betyr introduksjon av et nytt produkt på markedet kan være prohibitivt rent kostnadmessig i forhold til produsentens forventede inntekter. Det drøftes ikke nærmere her.

B1 - HOMOGENE PRODUKTER

Betegnelsen produkt eller gode brukes her både om varer og tjenester. Et homogent produkt av en type, er kjennetegnet ved at alle enheter av produktet er likverdige, dvs at det ikke er kvalitetsforskjeller mellom enhetene av produktet fra forskjellige selgere/produsenter. Det blir gjerne omtalt som ”indifferensens lov”.

I våre dager synes denne homogenitetsforutsetninger fortinnnsvis å være oppfylt for elektrisk kraft, diesel og bensin med gitt oktantall, samt rent vann. Selv om disse former for produksjon tilfredsstiller kravet om homogenitet, så tilfredsstiller de ikke forutsetningen om ingen stordriftsfordeler.

Det er lenge siden en tomat var en tomat og en potet bare var en potet. I en dagligvarebutikk vil man vanligvis ha fire – fem varianter av hver endog i forskjellige størrelser. For personlige tjenester (ansikt til ansikt) er denne mangel på likeverdighet spesielt sterk. Da er den personlige relasjon mellom tjenesteyter (lege, advokat, hjemmehjelper osv) avgjørende for hvorledes tjenestemottagerne (pasienten, kunden, klient osv) opplever tjenesten. Det betyr at ”indifferensens lov” ikke gjelder. Konklusjon er at forutsetning om homogene produkter er generelt sett ikke tilfredsstilt.

B2 - MOMENTANPRODUKSJON OG MOMENTANFORBRUK

Momentanproduksjon og momentanforbruk betyr at produksjon skjer i salgøyeblikket og at forbruk skjer i kjøpsøyeblikket.¹⁴ Uten denne forutsetning må man trekke inn lagerhold ut fra forventninger om fremtidig prisutvikling. Selgere kan holde tilbake varer på lageret i påvente av en høyere pris, mens kjøpere kan utsette innkjøp i påvente av en lavere pris. Slike muligheter for strategisk adferd er til stede selv om kjøpere og selgere kan betraktes som pristagere, men tilsier en fullstendig revisjon av teorien for prisdannelse i et konkurransemarked. Forutsetningen om momentan effekt er ikke oppfylt.

Generelt sett er det bare personlige tjenester av typen ”ansikt til ansikt” som tilfredsstiller kravet om momentaneffekt og der lagerhold ikke er mulig, f eks legeundersøkelser og frisørtjenester.

B3 – MAKSIMERINGSADFERD

PKM-modellen har som utgangspunkt at (a) konsumenten maksimerer sin nytte av inntekten, dvs maksimerer sin grad av behovstilfredsstillelse og (b) at produsentene ønsker å maksimere profitten, dvs nettoresultatet av produksjons- og salgsvirksomheten. Maksimeringsadferd betraktes derfor som rasjonell adferd og er en av de forutsetninger i PKM-modellen som gjerne kritiseres, men ofte på feilaktig grunnlag. Det er min oppfatning av forutsetningene om

¹⁴ Jeg kan bare huske at Frisch (1962) i sin produksjonsteori er blant dem som har presiserte denne forutsetning.

rasjonalitet og maksimeringsadferd ofte overtolkes. Det egentlig innhold i denne rasjonalitetsforutsetning/maksimeringsforutsetning er vel bare at

konsumentene ønsker å betale minst mulig for et produkt av gitt kvalitet, mens produsentene motsvarende ønsker å oppnå høyest mulig pris.

I økonomisk teori begrenser man seg vanligvis til å betrakte forbrukernes preferanser, som eksogent gitt. Det er nyttig da det gir mulighet for å formulere et enkelt maksimeringsproblem, der forbrukeren maksimerer sin behovstilfredsstillelse ut fra en gitt preferansefunksjon og visse bibetingelser.

”Alle vet” imidlertid at preferansene er endogent bestemt av samvær med andre mennesker, inntrykk fra massemedia, reklame osv, - kfr den klassiske referanse Bowles (1998). Krackhardt (1998) gir en enkel matematisk presisering av problemet. I økonomisk teori overlates forklaringen av preferansene til andre samfunnsvitenskapene. Forbrukernes preferanser er imidlertid endogent bestemt ikke minst av økonomiske forhold. For eksempel vil opplysningsvirksomhet, reklame osv kunne gi positive eller negative skift i efterspørselskurvene. For utsetningen om eksogene preferanser før til at virkninger av f eks reklame vanligvis ikke behandles i økonomiske lærebøker.

Konsumenter i supermarkedet står ikke bare overfor begrenset handlefrihet på grunn av (i) en utgiftsramme, men også overfor (ii) en tidsramme og (iii) en begrensning i kognitiv kapasitet.¹⁵ En kunde, som skal handle dagligvarer i et supermarked med tusenvis av varer, som dels er komplementære og dels alternative i behovsdeknningen, vil trolig måtte bruke flere dager på å fylle opp handlevognen, hvis alle mulige alternativer skal vurderes. Innkjøpsarbeidet må derfor forenkles ikke minst av tidsmessige grunner og kognitive grunner. Det vil derfor ofte være slik at en konsument er fornøyd med det første innkjøpsalternativ som tilfredsstillende et visst behovsdekningsnivå, selv om det ikke er undersøkt om det er det beste av de mulige innkjøpsalternativer for et gitt beløp.

Begrepet begrenset rasjonalitet (bounded rationality) ble i sin tid introdusert av Herbert A Simon, kfr Simon (1998). Han er fortrinnsvis opptatt av de kognitive problemer ved kompliserte valg, men synes mindre opptatt av den tilgjengelige tid for en komplisert beslutning.

For PKM-modellen spiller det mindre rolle hvorledes rasjonalitetsbegrepet oppfattes hos konsumentene. Det gjelder konsumentens medvirkning til dannelsen av likevekstpriser og likevekstkvantum. Det har derimot betydning for velferdstolkningen av disse størrelser.

Produksjonssiden forutsettes i PKM-modellen å maksimere profitten i et langsiktig perspektiv, - kfr Adam Smiths berømte ”slakter-eksempel”.¹⁶ Et slik langsiktig mål forhindrer ikke at tilpasning skjer i henhold til bibetingelser angående ”samfunnsansvar” og ”miljøansvar”. Det å vise slike former for ansvar kan være viktig i et langsiktig perspektiv for å unngå inngrep eller lignende fra myndighetenes side.

Et motiv som ofte synes å være dominerende blant ledende næringsdrivende er bestrebelsene på å bli større enten ved økte markedsandeler for den virksomhet som drives eller i form av engasjement i annen forretningsvirksomhet. Slik adferd kan sies å være avledet av målet om profittmaksimering på lang sikt. Slik adferd synes ikke å være i strid med

¹⁵ Begrensninger i menneskers kognitiv kapasitet gjelder muligheten for å treffe kompliserte valg, som i henhold til Kahneman tilsier bruk ”system 2” i hjernen, mens man i en rekke innkjøpsituasjoner bare bruker ”system 1”, slik at man forenkler ved å kjøpe det første som synes tilfredsstillende, - kfr Kahneman (2011). Impulskjøp er et eksempel på anvendelse av ”system 1”.

¹⁶ Kfr Smith (1776/1976), p 26-27.

forutsetningen om maksimeringsadferd. En slik adferd for økt størrelse kombinert med den politiske makt som følger med en betydelig størrelse, og de muligheter for lobbyisme og bruk av informasjonskonsulenter og/eller ekspertlobbyister, er derimot i strid med PKM-modellen.

Eftersom private selskaper vokser, så vil det vanligvis skje økt delegasjon og/eller utvikle seg en mer uoversiktlig situasjon i forholdet mellom eiere og ledelsesbyråkratiet.¹⁷ Denne type motsetningsforhold søkes motvirket ved å gjøre ledelsesbyråkratiet til medeiere og innføre prestasjonsavlønning. Ulempen er da at ledelsesbyråkratiet kan tenke kortsiktig med sikte på prestasjonsavlønning og verdien av aksjene. Det er i strid med "de egentlige eieres" langsiktige profittmotiv. Ledelsesbyråkratiet kan erfaringsmessig skape seg betydelig inntekt/formue på kort sikt for så å trekke seg ut før det er klart at de langsiktige profittmuligheter blir skadelidende og en eventuell konkurs truer. Slik kortsiktig adferd er i strid både med det langsiktige profittmål og PKM-modellen.

Konklusjonen synes å måtte bli at en eventuell modifikasjon av forutsetningen om nyttemaksimerende konsumenter ikke spiller noen rolle for PKM-modellen, men bare for tolkningen av resultatene. På produsentsiden vil derimot en avvikelse fra målet om profittmaksimering på lang sikt være ødeleggende både for PKM-modellen og tolkningen av markedsresultatene.

B3.2 – FULLKOMMEN INFORMASJON

"De gamle økonomer" på 1700- og 1800-tallet tenkte antagelig på omsetning på et konkret marked for eksempel torvet i en småby. På et grønnsakmarked (på et torv) vil det bare kunne være én pris for gulrøtter av gitt kvalitet. Den gjeldende pris for gulrøtter forutsettes kjent av alle markedsaktører. Avvikelse fra gjeldende pris vil øyeblikkelig bli kjent blant alle. "De gamle økonomer" ville være klar over at en lavere pris for et produkt på markedet i en naboby ofte vil være uten interesse på grunn av transaksjonskostnadene.

I våre dager vil man trolig med fullkommen informasjon tenke på kjennskap til et produkts helse- og miljøeffekter. Et problem i denne forbindelse er at det ikke eksisterer entydig kunnskap om virkningen av mange mat- og drikkevarer. Det samme gjelder eventuelle miljøskadelige effekter for andre goder. Uansett hvorledes man velger å tolke fullkommen informasjon, må man kunne hevde at denne forutsetning generelt sett ikke er oppfylt i dagens samfunn. Når det gjelder tilgangen på vanlige forbrugsgoder er mengden av tilgjengelige goder og tilhørende prisvariasjoner for stor. Andre er mer opptatt om det foreligger asymmetrisk informasjon eller ikke, for eksempel illustrert ved George Akerlofs betegnelse "Lemon" for dårlige bruktbiler osv.¹⁸

PKM-modellen er avhengig at alle næringsdrivende har godt kjennskap til lønnsomheten i forskjellige næringer, slik at kapitalen ledes dit lønnsomheten er størst. Dette gjelder ikke minst for de fremtidige avkastningsmuligheter for kapital. Det er en nødvendig forutsetning for hovedkriteriet ($P = MC = AC$) skal kunne være oppfylt på lang sikt. Fremtiden er imidlertid ikke kjent, hvilket slår ut i aksjekursene for børsnoterte selskaper. Disse kurser er kjent for sin variabilitet.

¹⁷ Bemerk at byråkrati betyr kontorstyre. Man vil derfor ha toppbyråkrater både i offentlig forvaltning og i private selskaper av en viss størrelse, dvs når folkevalgte eller eierne selv ikke kan forstå ledelsen av virksomheten.

¹⁸ På engelsk brukes lemon foruten i forbindelse med treet *citrus limon* også om noe som er en fiasko eller mislykket.

B3.3 – INGEN TRANSAKSJONSKOSTNADER

Transaksjonskostnader innebærer, som navnet sier, de nødvendige kostnader for kjøper og selger ved å gjennomføre en økonomisk transaksjon.¹⁹ Slike kostnader dekkes vanligvis av markedsaktørene selv uten at de gir seg prismessige utslag. Et eksempel på en unntagelse gjelder meglerhonoraret ved omsetning av boliger osv.

Alle økonomiske transaksjoner vil i større eller mindre grad innebære kostnader for markedsaktørene, så man må generelt kunne hevde at forutsetning om ingen transaksjonskostnader generelt sett ikke kan ansees oppfylt. Det kan være noe uklart i hvilken grad det har praktisk betydning for PKM-modellen.

Når offentlig forvaltning betaler private firma for å produsere offentlig tjenester, vil derimot transaksjonskostnadene kunne være betydelig. Da foreligger det et klassisk principal/agent-problem, som tilsier mer omfattende kontrollrutiner, enn om forvaltningen forestår produksjonen i egen regi. Slike kontrollkostnader, som gjelder både utforming av kontrakt, kontroll med løpende drift og risiko/ansvar, vil kunne være betydelige.²⁰

For PKM-modellen er poenget med ingen transaksjonskostnader at slike kostnader ikke må forhindre oppfyllelse av hovedkriteriet ($P = MC = AC$) skal kunne være oppfylt på lang sikt.

B4 – PRISTAGERADFERD

Pristageradferd, dvs at markedsaktørene tar markedsprisen for et gode som gitt og uavhengig av egne disposisjoner, synes bare å kunne gjelde fullt ut for homogene produkter, slik at indifferensens lov gjelder. Man kan tenke seg at pristageradferd til en viss grad kan være oppfylt for goder som kjøpersiden oppfatter som svært nære substitutter. For noen forbrukere er det likegyldig om de drikker Coca Cola eller Pepsi Cola, - kfr efterfølgende drøftelse i avsnitt 4.

B4.1 – INTET AKTØRSAMARBEID

Pristageradferd betyr at alle markedsaktører tar gjeldende markedspris for gitt og tilpasser sitt kvantum til denne pris. En hovedforutsetning for slik pristageradferd er at det ikke skjer noen form for samarbeid mellom grupper av markedsaktører.

På den ene side har man "konsumentorganisasjoner" som fagforeninger, pasientforeninger (Blindeforbundet, Hjerte- og lungeforeningen, Handikapforbundet osv), religiøse organisasjoner osv. I en spesiell stilling kommer forbrukersamvirke. Mer viktig er trolig "produsentorganisasjoner" som arbeidsgiverforeninger og bransjeforeninger av ulike slag. Hertil kommer organisasjoner innen produsentsamvirke som landbruk og fiskeri. På den annen side har man legale og eventuelt illegale samarbeidsordninger mellom næringsdrivende som gjelder pris og kvantum. Det er ikke mulig å drøfte slike forhold nærmere her. Det er tilstrekkelig å konstatere at slike organisasjoner av enhver art er i strid med PKM-modellen.

¹⁹ Niehans (1998) definerer transaksjonskostnader som kostnader knytte til "transfer of ownership or, more generally, of property rights". Det er ikke helt dekkende da tjenester ikke er inkludert. Ved besøk på et legekontor er ventingen på venteværelse åpenbart en transaksjonskostnad.

²⁰ Ansvar og risiko kan være betydelig, da private firma som konkurrerer om å vinne et anbud, kan undervurdere sin fremtidige kostnader, slik at de går konkurs i kontraksperioden.

Det er i strid med PKM-modellen og er en forutsetning som åpenbart ikke er oppfylt for all i moderne samfunn.

GENERELT OM PRISTAGERADFERD

I vanlig partiell markedsteori er markedsliekevekt kjennetegnet ved

at alle kjøpere får kjøpt så meget de vil til gjeldende pris (likevektspris) og at produsentene får solgte så meget de vil til samme pris.

Det å være pristager betyr bare at den enkelte markedsaktør ikke har motiv for å ønske seg en annen pris når markedet er i likevekt. Dette opplegget gir således ingen forklaring på prisdannelsen i et marked i ulikevekt, når det forutsettes at alle markedsaktører er pristilpassere, dvs de tilpasser seg en gitt pris. Forutsetningen om pristageradferd er ikke begrenset til likevektssituasjonen. Det betyr at markedsdeltagerne også er pristagere, når markedet er i ulikevekt. Hill & Myatt (2010) omtaler dette forhold, som Arrow's Paradox og viser til Arrow (1959).²¹ Hill & Myatt hevder:

*In sum, when market is not equilibrium, the competitive model assumes that market participants continue to act as if it is; they do not exploit all their market opportunities; they do not maximize their profit or utility. This problem becomes more serious the longer the disequilibrium persists. But the model is silent on how fast prices adjust towards equilibrium. **The competitive model offers no theory of price setting in perfect competition at all.***

(p 65) (uthevning foretatt her)

Dette forhold "synes ikke", da partiell markedsteori kan forklare hva som skjer ved tilbudsoverskudd (efterspørselsunderskudd) eller tilbudsunderskudd (efterspørselsoverskudd). Det skjer ved såkalt komparativ statikk, - kfr Samuelson (1947/1963). Det skjer ved presentasjon en situasjon med mangel på likevekt. Derefter gis det et verbalt resonnement som viser at denne situasjon ikke kan vedvare. Ved tilbudsoverskudd vil prisen presses ned og ved efterspørselsoverskudd prisen presses opp i begge tilfeller til pris er lik likevektsprisen.²² En slik fremstilling er tilsynelatende logisk nok og tilsvarer de erfaringer man har med prisdannelse i markeder. Derved vil mange økonomer overse at det derved skjer et brudd med den grunnleggende forutsetning om pristageradferd.

Pristagerforutsetningen er derfor i utgangspunktet ulogisk og kan bare sies å gjelde når markedet er i likevekt. I lærebøkene overspringer det forhold at markedsaktørene på begge sider i markedet i situasjoner uten markedsliekevekt ikke oppfører seg som pristagere. Dette drøftes ikke nærmere her.

Spørsmålet om i hvilken grad pristagerforutsetningen kan ansees tilfredsstillt i praksis kan enhver forbruker observere selv ved å betrakte prisene i f eks dagligvareforretninger,

²¹ Jeg har ikke funnet omtale av dette paradoks andre steder. Paradokset "overspringes" iallfall i alle grunnleggende lærebøker, som det er henvist til i denne artikkel. Årsaken kan trolig at dette er ubekvent for økonomisk teori som fag og derfor gjerne forties. På internett synes det ikke å blir skjelnet mellom dette paradoks og Arrow's Impossibility Theorem. Betegnelsen Arrows paradoks bør derfor trolig ikke brukes med den betydning som Hill & Myatt legger i det.

²² Ved tilbudsoverskudd vil selgerne sitte med usolgte kvantum og vil forsøke seg med prisreduksjoner for å oppnå salg. Ved efterspørselsoverskudd vil noen kjøpere ikke få dekket sine behov til gjeldende pris og vil derfor tendere mot å by opp prisen. Dermed vil de ikke oppføre seg som pristagere.

spesialforrentinger og lignende. Priskonkurransen er den vanligste konkurranseform i omtrent alle sammenhenger, der det ikke er administrerte priser, f eks melk. Her nevnes bare tre eksempler:

(i) Et fremtredende eksempel, som alle har fått med seg, er sesongavhengige goder og den tilhørende sesongavhengige prising. Eksempelvis om våren selges sommerklær, badetøy osv til en høy pris, mens de samme varer selges om høsten til kanskje halv pris.

(ii) Dagligvareforretninger har regelmessig tilbud på utvalgte produktgrupper for en begrenset periode. I uke 30 selges f eks all frossen fisk fra en produsent med 40 prosent rabatt. Dagligvarekjedene synes ellers kjennetegnet ved priskonkurransen.

(iii) Tilsynelatende er det en fast pris på en personbil av ethvert merke. Denne fastpris gjelder personbil uten ekstrautstyr og i bilbransjen legger man vekt på å holde fastprisen uendret. Prisen på en ny personbil er likevel egentlig variabel, da de fleste personbiler trenger ekstrautstyr (f eks vinterdekk, motor/kupevarmer, radio, GPS osv) og priskonkurransen i bilbransjen er derfor tilsynelatende begrenset til ekstrautstyret. Ordet tilsynelatende brukes her da en kjøper aldri kan vite om man ved kjøp av en bil med ekstrautstyr har kjøpt bilen til (a) full pris og fått rabatt på ekstrautstyret eller (b) om ekstrautstyret er kjøpt til full pris og rabatten gjelder "fastprisen". Hvorvidt (a) eller (b) gjelder spiller ingen rolle verken for kjøper eller selger, da det er totalprisen som er avgjørende og den er avhengig av prisforhandlingene.²³

Utenom salg til konsumentene, dvs salg mellom produsenter, underleverandører og forhandlere, vil forutsetningen om gitte priser (pristageradferd) bare virke ekstremt naiv.

Pristagerforutsetningen vil trolig bare kunne sies å være oppfylt for produksjon der prisene på råvarer, halvfabrikata og sluttprodukter omsettes til gitte verdensmarkedspriser. Det vil gjelde salg til innenlandske produsenter og forhandlere. Det er uklart i hvilken grad slike bakenforliggende verdensmarkedspriser vil slå ut i prisnivået innenlands. All erfaring synes å indikere at priskonkurransen innenlands likevel vil gjøre seg gjeldende for sluttproduktene.

Pristagerforutsetningen synes generelt sett ikke å være tilfredsstillende for priser som dannes i markedene. For priser som er regulert av myndighetene eller av sterke organisasjoner kan prisene (administrerte priser) sies å være faste eller upåvirkelig (på kort sikt), men det er irrelevant da det ikke dreier seg om markedspriser.

B4.2 - INGEN STORDRIFTSFORDELER

Stordriftsfordeler gjelder den langsiktige enhetskostnadskurve og betyr at man ved å bygge et større produksjonsanlegg kan redusere enhetskostnadene ved produksjonen. Eller sagt på en annen måte, ved å øke de faste kostnader (større anlegg) kan man oppnå lavere enhetskostnad.²⁴ Dette er illustrert ved de U-formede kurver i figur 2 (blå og rød).²⁵ Den blå kurve angir enhetskostnadene på kort sikt, mens den røde angir enhetskostnadene på lang

²³ Slik forhandlingsbasert prisfastsettelse minner om basarsalg i sydlige land. Da går selger gjerne ut med et urimelig høyt prisforlangende, mens kjøper ønsker en urimelig lav pris. Selgeren forsøker å avsløre kjøperens betalingsvillighet, mens kjøperen forsøker å avsløre selgerens salgsvillighet.

²⁴ Med større anlegg vil man umiddelbart tenke på maskinelt utstyr som vanligvis har et optimalt produksjonsnivå, men man kan også tenke på et tjenesteytende kontor, der en gitt bemanning definerer kontorets kapasitet målt i antall standardsaker.

²⁵ Her brukes de mer internasjonale betegnelser i denne sammenheng, dvs C for cost/kostnader, AC (average cost) for enhetskostnader/gjennomsnittskostnader og MC (marginal cost) for marginalkostnader/grensekostnader

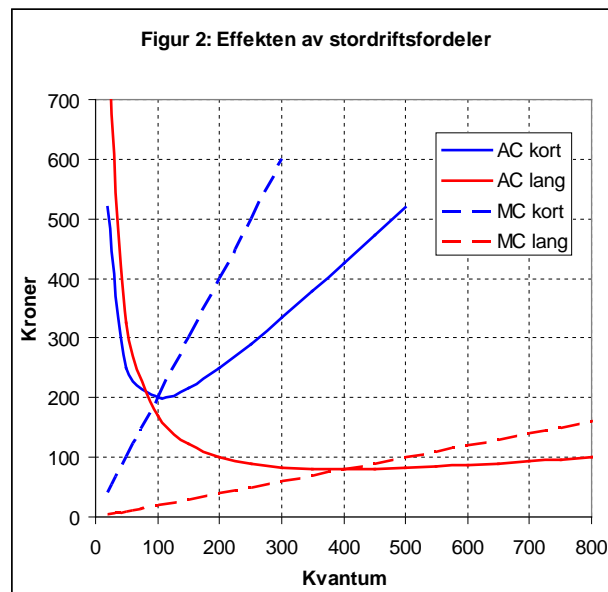
sikt.²⁶ I eksempelet er effekten av stordriftsfordeler betydelig. Ved å øke normalkapasiteten fra 100 til 400, kan enhetskostnaden mer enn halveres. Normalkapasiteten omtales ofte som kostnadsoptimum, da det er minimumspunktet på enhetskostnadskurven.

I PKM-modellen forutsettes det ikke bare fravær av stordriftsfordeler, men også at normalkapasiteten eller kostnadsoptimum er såpass lavt at det trengs svært mange produsenter for å dekke markedets behov. Det er nødvendig for pristagerforutsetning, - kfr forutsetning om et lite antall produsenter.

PKM-modellens ”blå kurve” i figur 2, synes imidlertid ikke å ha generell empirisk relevans. De fleste private bedrifter synes å befinne seg i situasjoner hvor økt produksjon og salg vil være lønnsomt. Det kan være to grunner til det.

For det første, det synes å være avsetningsmulighetene og ikke prisen, som begrenser produksjonen av de fleste produkter (underforstått til kostnadsdekkende priser).²⁷ Når mulighetene for reduserte priser ved større produksjonsanlegg er uttømt, så er det vanlig med oppkjøp av konkurrerende firma. Det er selvsagt avhengig av finansiell styrke og den finansielle styrke øker vanligvis med omfanget av virksomheten.

I den grad dannelse av større produksjonsenheter (ved oppkjøp eller på annen måte) medfører lavere enhetskostnader på grunn av stordriftsfordeler (ved større anlegg), gir seg utslag i lavere markedspriser, så kan det betraktes som fordelaktig for samfunnet. I Norge har man iallfall i den første etterkrigstid tillatt ulike former for samarbeid mellom næringsdrivende for utnyttelse av stordriftsfordeler i ”et lite land”.



For det annet, ved visse former for produksjon vil enhetskostnadskurven kunne ha en L-form, som illustrert ved den grønne kurve i figur 3. (De blå kurver er som i figur 2). Denne grønne enhetskostnadskurve vil gå asymptotisk mot den variable enhetskostnad som er 200, når

²⁶ Enhetskostnadsfunksjonen på kort sikt (i figuren) er $AC = (10.000)/x + x$, som gir et kostnadsoptimum på $x^* = 100$ og en minste enhetskostnad på $AC^* = 200$. Enhetskostnadsfunksjonen på lang sikt er $AC = (16.000)/x + 0,1x$, som gir et kostnadsoptimum på $X^* = 400$ og en minste enhetskostnad på $AC^* = 80$.

²⁷ For en rekke goder er det ofte tilstrekkelig med ett eksemplar av godet i den enkelte husholdning, f eks ostehøvl, oppvaskbenker, tv-er, kjøleskap osv.

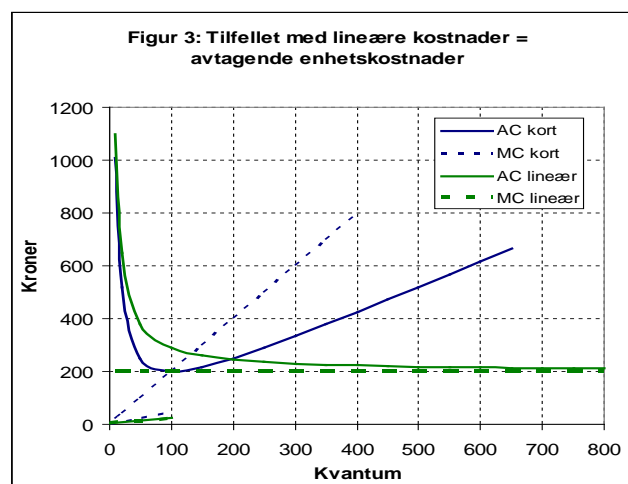
produktmengden vokser over alle grenser.²⁸ Ved en produktmengde på 800 enheter er enhetskostnaden i dette eksempel på 211.

I praksis vil man ofte ha stordriftsfordeler og endog avtagende enhetskostnader, slik at forutsetningen om ingen stordriftsfordeler ikke generelt vil være oppfylt. Dermed vil ikke pristagerforutsetningen, kunne være oppfylt.

Ovenfor er det som kan omtales som tekniske stordriftsfordeler på lang sikt omtalt. Stordrift kan også medføre andre fordeler. Større firma, som synes tydelig i nasjonal (og eventuelt i internasjonal) sammenheng, vil stå i en helt annen forhandlingsposisjon spesielt vis a vis underleverandører, banker og forsikringselskaper. De vil også oppnå større oppmerksomhet blant folkevalgte og dermed indirekte oppnå politisk makt.

Det er foretatt noe få undersøkelser om kostnadskurvenes forløp. Eiteman & Guthrie (1952) fant ved intervjuundersøkelser ledere for 1082 firma at nesten 60 prosent, mente at de sto overfor lineære kostnader (grønne kurver i figur 3), mens om lag 35 prosent, mente at mana fikk en svak økning i enhetskostnaden når man nærmet seg kapasitetsgrensen. Med andre ord, ca 94 prosent avviste påstanden om sterkt stigende marginalkostnadskurve (kfr blå kurve i figur 3). Alle respondenter synes å mene at de på grunn av høye faste kostnader sto overfor høye enhetskostnader ved lave produksjonsvolum.

Det er foretatt noe få undersøkelser om kostnadskurvenes forløp. Eiteman & Guthrie (1952) fant ved intervjuundersøkelser ledere for 1082 firma at nesten 60 prosent, mente at de sto overfor lineære kostnader (grønne kurver i figur 3), mens om lag 35 prosent, mente at mana fikk en svak økning i enhetskostnaden når man nærmet seg kapasitetsgrensen. Med andre ord, ca 94 prosent avviste påstanden om sterkt stigende marginalkostnadskurve (kfr blå kurve i figur 3). Alle respondenter synes å mene at de på grunn av høye faste kostnader sto overfor høye enhetskostnader ved lave produksjonsvolum.



Ovennevnte undersøkelse er over seksti år gammel. En nyere undersøkelse, som her refereres i henhold til Keen (2011), side 126, er Blinder (1998), som undersøkte 200 mellomstore US firma, som samlet sto for ca 7,6 av brutto nasjonalprodukt.²⁹ Blinder hevder:

²⁸ Enhetskostnadsfunksjonen for den grønne kurve er $AC = (9.000/x) + 200$. I dette tilfellet er marginalkostnadskurven vannrett (grønn stiplet linje).

²⁹ Blinder, A S (1998): Asking about Prices: A new approach to understanding price stickiness, New York: Russel Sage Foundation.

The overwhelming bad news here (for economic theory) is that, apparently, only 11 per cent of GDP is produced under conditions of rising marginal cost...

Altså nærmere 90 prosent av US-firma synes å ha - iallfall tilnærmet - lineære kostnader. Dette behandles noe nærmere i det efterfølgende avsnitt 4.

C1 - INGEN EKSTERNE VIRKNINGER

Eksterne virkninger er definert som uintenterte virkninger for en tredje part. Det typiske eksempel av miljøforstyrrelser ved industriproduksjon. Negative eksterne virkninger kan internaliseres ved avgifter eller på annen måte (utslippsregulering), mens positive virkninger kan elimineres ved subsidier. Eksterne virkninger kan i prinsippet elimineres, men det er uklart om alle slike virkninger kan sies å være internalisert. Betegnelsen perfekt marked blir ikke særlig betegnende hvis kostnaden er undervurdert på grunn av miljøødeleggelser. Dette drøftes ikke nærmere her.

Negative eksterne virkninger vil ofte være ensbetydende med at de bedriftsøkonomiske kostnader mangler tilleggs-kostnader (pga forutrensinger), slik at de samfunnsøkonomiske kostnader blir større enn de bedriftsøkonomiske.

Blant økonomer er det vanlig å behandle offentlig forvaltning som en "en gratis lunch", selv om alle vet at det ikke finnes noen gratis lunch. Det dreier seg om kostnadene ved å etablere/opprettholde et "velordnet samfunn", som markedsaktørene kan operere i. Man kan ikke late som om disse kostnader ikke eksisterer. I økonomisk teori - iallfall i behandlingen av perfekt konkurranse – er det jo nettopp det man gjør. En medvirkende årsak til det kan være at direkte skatter beregnes efterskuddsvis og basert på skattbar inntekt, dvs differansen mellom totalinntekt og fradragsberettigede utgifter.

Med andre ord, kostnadene ved "et velordnet samfunn" kommer på lik linje med betaling for forurensende virksomhet.

C2 - FORDELINGSVIRKNINGER

I en del fremstillinger av PKM-modellen er det vanskelig å fri seg fra det inntrykk at denne modell er et mål i seg selv ved at den på en nøytral, verdifri måte angir hvorledes det ideelle samfunn bør være innrettet. Det er selvsagt grunnleggende feil. Henvisning til Paretoprinsippet er irrelevant, - kfr efterfølgende omtale av generell likevekt. En markedsøkonomi er bare ett av flere virkemidler for å skape et bedre samfunn. En slik betraktningssmåte kan føres tilbake til Adam Smith, som hevdet at political economy (= economics) eller markedsøkonomens oppgave var/er:

(i) to provide a plentiful revenue or subsistence for the people, or more properly to enable them to provide such a revenue for themselves, and

(ii) to supply the state or commonwealth with a revenue sufficient for the public services. – kfr Smith (1776/1976), p 428.

I dag vil man ordlegge seg noe anderledes f eks: markedsøkonomiens oppgave er å bidra til økt levestandard for befolkningen og sørge for at offentlig forvaltning oppnår tilstrekkelig inntekter til å skjømte sine oppgaver på en ønskverdig måte.

PKM-modellen ser helt bort fra fordelingsvirkningene. Fordelingsaspektene i en markedsøkonomi kommer inn på flere måter: (a) prisen på produktene, spesielt på nødvendighetsprodukter, (b) lønns- og arbeidsbetingelser i arbeidsmarkedene, (c) inntekts- og formuesnivået hos kapitaleierne, (d) inntektsnivået for den offentlige forvaltning.

Dette er forhold som ikke ivaretas av PKM-modellen og som derved gjør modellen irrelevant fra et praktisk politisk synspunkt. Det forhindrer ikke at en regulert markedsøkonomi med effektiv konkurranse på de felter hvor det er samfunnsgavnlig, trolig er det beste alternativ vi står overfor i dag. Det faller uten for rammen av denne fremstilling å drøfte dette nærmere her.

3 Generell likevektsteori og velferdsteori

GENERELL LIKEVEKTSTEORI

Foregående drøftelse gjelder partiell markedsteori, dvs teori som gjelder prisdannelse i det enkelte marked. I generell likevektsteori er målet å utvide denne teori til å gjelde alle markeder i et samfunn. Léon Walras regnes som pioneren for denne type av teori, - kfr Sandmo (2006) eller Blaug (1996). Moderne generell likevektsteori er forholdsvis komplisert, - kfr McKenzie (1998). Problemstillingen er vanligvis redusert til å vise at et samfunn bestående bare av markeder, som tilfredsstiller forutsetningene om perfekt konkurranse, kan ha en stabil likevektsløsning. I denne sammenheng er det de matematiske problemer i denne forbindelse som fortrinnsvis blir behandlet f eks Walras' lov som går ut på at hvis det er n markeder i alt og $(n-1)$ markeder er i likevekt, så må også det siste marked være i likevekt.

Utviklingen i generell likevektsteori synes – foreløpig – å ha kuliminert med Kenneth Arrow og Gérard Debreu, - Sandmo (2006), p 336-9. Denne teorien bygger blant annet på forutsetninger om ingen stordriftsfordeler, pristagertilpasning og maksimeringsadferd. Kvintessensen i denne teori kan formuleres i to teoremer, som omtales som velferdsteoriens to hovedteoremer, - kfr Sandmo (2006), p 338. Gravelle & Rees (2004) har følgende sammenfatning av teoremene:

The First Theorem of Welfare Economics states that if (a) there are markets for all commodities which enter into production and utility functions and (b) all markets are competitive, then the equilibrium of the economy is Pareto efficient. (p 293)

Second Theorem of Welfare Economics: If individuals have strictly increasing, strictly convex preferences and firms have convex production possibility sets then any Pareto efficient allocation in which all individuals have strictly positive consumption of all goods can be achieved as the competitive equilibrium generated by some distribution of initial endowments. (p 310)

I nyere lærebøker i mikroteori er det henvisninger til disse teoremer, - kfr Andreassen (2012), Pindyck et al (2009) og (2013), Riis & Moen (2012). I noe eldre lærebøker nevnes (av gode grunner?) ikke teoremene, - kfr Dedekam (2002), Ringstad (2002), Sæther (2003). Det kan

være tre hovedgrunner som gjør disse teoremer uinteressante fra et praktisk politisk synspunkt.

For det første, de to teoremer bygger på urealistiske forutsetninger om perfekt konkurranse. De tre grunnforutsetninger for perfekt konkurranse homogene produkter, ingen stordriftsfordeler og pristageradferd, er generelt sett ikke oppfylt.

For det annet, teoremene bygger på Pareto-kriteriet, som er et såkalt verdifritt kriterium som brukes hyppig i økonomisk teori. Det er underforstått at det er politisk nøytralt, men det er misvisende eller feil, - kfr Blaug1996, side 577. Det er tre argumenter mot prinsippet, som ikke nødvendigvis er uavhengige av hverandre: (a) Likhetsprinsippet, dvs innbyggerne i et demokrati vil ikke nødvendigvis oppfatte at en inntektsøkning for den rikeste person i landet representerer en forbedring, selv om de øvrige innbyggere forblir uberørt.³⁰ (b) Når man først befinner seg i en Paretooptimal situasjon, så er situasjonen låst, fordi det i praksis ikke er mulig å gjøre samfunnsendringer uten at noen person eller gruppe kan betrakte seg som skadelidende.

For det tredje, teoremene innebærer at innteks- og formuesfordelingen ikke har betydning for arbeidskraftens produktive innsats. Dette står i direkte strid med hva mange akademiske økonomer arbeider med til daglig, nemlig incentivordninger av ulike slag.

Sammenhengen mellom innsats og belønning kan ikke avvises selv om (i) "høyresiden" i samfunnet synes å ha en overdreven tro på dynamisk skattepolitikk og (ii) "venstresiden" – iallfall tidligere – har undervurdert de negative virkninger av et overdrevent godt trykkesystem (kfr begrepet fattigdomsfelle).

Sett fra et praktisk, politisk standpunkt, så kan man vel dermed si at generell likevektsteori og velferdsteoriens to hovedteoremer er uten praktisk relevans og politisk betydning.³¹ Blaug (1996), side 557, sier det slik:

"...general equilibrium theory is explicitly defended as purely formal representation of the determination of economic equilibrium in a decentralised competitive economy, having no practical value whatsoever."

Efter å ha drøftet de to teoremer trekker Blaug (2001) følgende konklusjon

I think that we may safely conclude that the First and Second Theorems of welfare economics are just mental exercises without the slightest possibility of ever being of practically relevant.

Lockwood, B (1998) hevder

"Therefore, very few people take the theorems of welfare economics seriously as descriptions of the real world."

³⁰ Likhetsprinsippet kan bety flere ting. Det primære spørsmål her er om forskjeller kan ansees som berettiget pga spesielt innsats, talent osv. En persons subjektive velferdsopplevelse er ikke minst basert på relativ inntekt, dvs forholdstallet mellom egen inntekt og inntekten til dem man synes det er naturlig å sammenligne seg med, dvs en slags referansemåling.

³¹ Man kan bare fantasere om hvorledes en debatt i Stortinget om Pareto-kriteriet og de to hovedteoremer vil kunne arte seg.

VELFERDSTEORI

Her nevnes kun Arrows umulighetsparadoks eller umulighetsteorem, som en del av velferdsteorien, selv om dette ofte omtales som ”social choice”. Poenget i paradokset er med enkle ord at det ikke er mulig å aggregere – på en demokratisk tilfredsstillende måte - opp individuelle, ordinale preferansefunksjoner til en samfunnsmessig preferansefunksjon, dvs en velferdsfunksjon.³² Dette er nærmere behandlet av Sandmo (2006), sidene 336-339.

Dette aspekt er imidlertid av betydelig politisk interesse, men det behandles ikke nærmere her, da det ikke har noe med PKM-modellen å gjøre.³³

4 Imperfekt konkurranse/konkurransemarkedsmodeller

Imperfekt konkurranse betyr ikke at det ikke er konkurranse i markeder. Det betyr bare at forutsetningene for perfekt konkurranse ikke er oppfylt. Stigler (1957) foreslår betegnelsen ”market competition”, når det ikke er monopol på selgersiden. På norsk kunne man tale om markedskonkurranse eller **konkurransemarkedsmodeller** (KMM). Stiglers forslag synes beklageligvis ikke å ha slått an. Årsaken er trolig at lærebokforfattere og avanserte mikroøkonomiske forskere vil konsentrere seg om PKM-modellen, som viser at derved oppnås den optimale samfunnsøkonomiske tilpasning ($P = MC = AC$). Det forhold at PKM-modellen er empirisk irrelevant spiller åpenbart ingen rolle.

Innen oligopolmarkeder som bank og forsikring, leskedrikk (Coca Cola og Pepsi), ølbryggerier, flytransport osv, vil det vanligvis være sterkt konkurranse, selv om den er langt fra ”perfekt”. Slike markeder bør derfor omtales som konkurransemarkeder og ikke som ”imperfekte markeder”, da ”imperfekte markeder” indikerer rent sproglig at det ikke er konkurranse.

MONOPOLISTISKE FIRMA OG OLIGOPOL³⁴

Grensedragningen mellom monopolistiske firma og oligopol vil kunne være noe flytende. Her behandles ikke ”rene oligopol”, dvs et lite antall firma, som produserer det samme homogene gode, slik som elektrisk kraft eller drivstoff. Monopolistiske firma, som produserer nære substitutter, dvs goder som dekker tilnærmet det samme behov hos kjøperne, behandles heller ikke. I sistnevnte tilfellet kan den langsiktige markedsløsning i teorien tilsvare den langsiktige løsning som man finner i PKM-modellen, dvs firmaenes profitt vil tilsvare normal avkastning på den investerte kapital.³⁵ Stigler (1957) har en interessant modellanalyse, som viser at

³² Dvs en velferdsfunksjon av typen $W = W(U_1, U_2, U_3, \dots, U_n)$ kan således ikke konstrueres på basis av individuelle preferansefunksjoner. En slik funksjon omtales som en Bergsons velferdsfunksjon. Det forhindrer ikke at en Bergsons funksjon gir en beskrivelse av hvorledes folkevalgte kan oppfatte sin hovedoppgave, nemlig å maksimere velferden til innbyggerne i samfunnet, dog uten at avveining mellom de forskjellige interesser til ulike individer eller grupper markeres, men underforstås.

³³ I mine forelesninger, hvor umulighetsteoremet har vært relevant, har jeg betraktet det politiske flertall i en folkevalgt forsamling, som en person, slik at man kan tale om flertallet velferdsvurderinger. Problemet er da at et slikt flertall neppe vil tilfredsstillende nytteteoriens forutsetninger, spesielt om transitivitet.

³⁴ Det er få eksempler på monopol. De som finnes kan være offentlig eid eller vil være offentlig regulert. Monopol behandles ikke her.

³⁵ I samfunn som stadig utvikler seg eller endres vil en slik langsiktig stabilitet aldri inntreffe.

avviket mellom pris og marginalkostnader er avhengig av antall firma på markedet, som er slik at avviket går mot null når antall firma går mot null.³⁶

Det avgjørende i imperfekte markeder er ikke antall firma i seg selv, men graden av konsentrasjon. I et marked med mange produsenter f eks 100, så vil markedet ha karakter av å være et oligopol, hvis f eks fem firma til sammen har markedsandeler på f eks 90 prosent.³⁷ Markedsmakt eller graden av konsentrasjon måles vanligvis ved The Herfindahl-Hirschman Index (HHI), der 1 er monopol og indeksverdier nær null kan indikere sterk konkurranse.³⁸ Indeksverdier på 0,2 eller mer, vil indikere et sterkt konsentrert marked.

I det følgende behandles ikke de spillteoretiske løsninger, spesielt på oligopol- og duopolmarkeder, kfr f eks Baumol & Blinder (2012), Pindyck et al (2009) og (2013), Riis & Moen (2012).³⁹ Spillteori synes spesielt egnet for duopolproblemer, som ikke behandles her. Det er unødvendig for en mer praktisk rettet analyse som dette.

Det er etter min vurdering mer virkelighetsnært å se på Carlton & Perloff (2005), men det er litt fremmedartet for meg at en mikrobok, der den faktiske virkelighet trekkes inn har tittel som "New Industrial Organization".

STRATEGISK PRISPOLITIKK I

Firma i imperfekte markeder eller konkurransemarkeder, vil ikke være pristagere og vil derfor stå overfor sin egen efterspørselskurve. Derved kan prisfastleggelsesformelen fra teorien for monopol i utgangspunktet anvendes. Det forutsettes da at firma tar sikte på å maksimere sin profitt, π . Ut fra teorien om rasjonell tilpasning vil de da tilpasse seg slik at marginalinntekten, MR (for marginal revenue), i optimum skal være lik marginalkostanden, MC (for marginal cost), dvs

$$(1) \quad MR = MC.$$

³⁶ Stigler (1957) forutsetter at alle firma er like og at det i alt er n av dem. Samlet kvantum i markedet X er lik nx_j , der x_j er kvantum fra firma nr j. Her er $x_j = x$, da alle firma produserer samme kvantum. Den direkte efterspørselstetisitet er $e = (dX/dp)(p/X) = (dx/dp)(p/nx)$. Inntekten for firma nr j er $R_j = px_j$, og marginalinntekten, MR_j , blir

$$MR_j = p\left(1 + \frac{1}{ne}\right)$$

Herav følger at leddet $1/ne$ går mot null, når n vokser over alle grenser, slik at $p = MR_j$. Hvis $n = 1$; får man den vanlige monopolprisformelen.

³⁷ Et eksempel på det finner man når det gjelder ølbryggingen. I våre dager er et lite antall bryggerier svært dominerende, mens det etterhvert dukker opp "mikrobryggerier" mange steder, som fortrinns synes å ha svært begrenset produksjon som dekker lokale markeder. Man må kunne forvente at spesielt vellykkede mikrobryggerier vil bli kjøpt opp av et av de store.

³⁸ La s_i betegne markedsandelen til firma nr i, når det er n firma i alt. Herfindahl-Hirschman indeksen er summen av disse markedsandeler kvadrert, dvs $HHI = \sum_{i=1}^n (s_i)^2$. I praksis synes indeksen bare å blir beregnet for de største firma (målt i markedsandeler) i en bransje.

³⁹ Oligopolmodellene til Cournot og Stackelberg er basert på "mengdekonkurranse", dvs at firmaene tilbyr en mengde på markedet og at prisen tilpasses residualt, hvilket ikke er utpreget realistisk. Bertrand baserer seg på "priskonkurranse", som derimot er mer empirisk passende.

Marginalinntekten vil være avhengig av den direkte efterspørselastisitet.⁴⁰ Det betyr at (1) leder til følgende formel for den teoretisk, optimale pris, p^* :

$$(2) \quad P^* = k(\text{MC}).$$

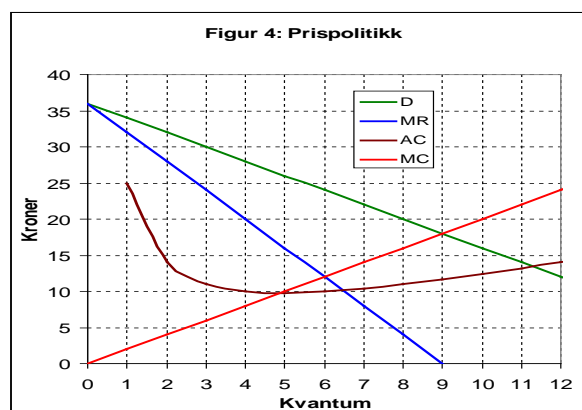
Her er k er en positiv konstant, større enn én.⁴¹ I (2) er k tenkt (underforstått) som en empirisk fastlagt størrelse. Dette er selvsagt bare en teoretisk prisformel, som vanskelig kan komme til anvendelse i praksis av følgende grunner. (a) Den direkte efterspørselastisitet er en labil sammenheng, som er bestemt av forbrukernes ustadige preferanser, tilgangen på substitutter osv. Elastisiteten kan svinge opp og ned uke til uke osv. (b) Et firma kjenner kanskje ikke sin marginkostnadsfunksjon, - kfr nedenfor. (c) Kostnadsfunksjonen kan være lineær, dvs stadig avtagende enhetskostnader. (d) Firmas mål behøver ikke være profittmaksimering på kort sikt. Det kan være omsetningsmaksimering med sikte på økt markedsandel.⁴²

Omsetningsmaksimering

En større markedsandel gir ledelsen større prestisje og lønn, samt at økt markedsandel antagelig gir større forhandlingsmakt i forhold til myndighetene og underleverandører. Omsetningsmaksimering er derfor ikke nødvendigvis uforenlig med profittmaksimering på lang sikt. I figur 4 er det gitt en illustrasjon med en kvadratisk kostnadsfunksjon.⁴³

Profittmaksimum ($\text{MR} = \text{MC}$) tilsier en produsert mengde på $x = 6$. Det gir en pris på $p = 24$ og en omsetning på 144, samt en profitt på $(144 - 60) = 84$.

Omsetningsmaksimering ($\text{MR} = 0$) gir et kvantum på $x = 9$ og en pris på 18, mens enhetskostnad blir $\text{AC} = 11,7$, som gir en profitt på 57. Omsetningen blir på 162 i dette eksempel, hvilket gir 12,5 prosent større enn ved profittmaksimering. Bemerk at omsetningsmaksimering kan oppfattes som en form for priskonkurranse. Reduksjonen i profitt i forhold til profittmaksimering er $(84 - 57) = 27$, som kan betraktes som betaling for en større markedsandel.



⁴⁰ Marginalinntektsbetingelsen (1) kan skrives $p(1+1/e) = \text{MC}$, - kfr Dedekam (2002), p 269-273, er e den direkte priselastisitet. Dvs i formel (2) er $k=(1+1/e)^{-1}$. Forutsetningen for at k skal være positiv og større enn én er at elastisiteten er mindre enn minus én, dvs $e < -1$, som innebærer elastisk efterspørsel. Hvis $e = -10$ (svært elastisk) blir $k = 1,11$, mens hvis $e = -1,1$ (lite elastisk), så blir $k = 11$. For å få en stor positiv verdi på k er det ønskelig at e er så nær minus én, som mulig, dog slik at $e < -1$.

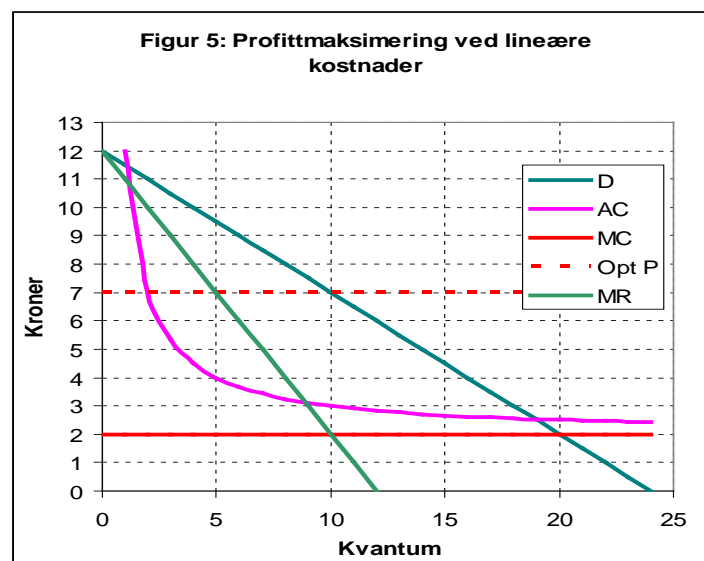
⁴¹ Her er $k = \frac{1}{(1+1/e)} = \frac{1+e}{e}$, når $e < -1$, så er $k > 0$.

⁴² Kfr Baumol & Blinder (2012).

⁴³ Efterspørselsfunksjonen i figuren er $D = 36 - 2x$ og $\text{MR} = 36 - 4x$. Kostnadsfunksjonene er $C = 24 + x^2$, som gir $\text{AC} = 24/x + x$ og $\text{MC} = 2x$. Kostnads optimum er for $x \approx 5$.

Regulær profittmaksimering ved lineære kostnader

Anta at en merkevareprodusent har efterspørselskurven D (mørke grønn) i figur 5 under den forutsetning at produsentene av nære substitutter ikke reagerer på produsentens prispolitikk. Det er en tenkt mulighet, som ikke er umulig for begrensede prisvariasjoner. Profittmaksimaltilpassning svarer under disse forutsetninger fullt ut til monopolistens tilpassning, som i lærebøkene behandles i forbindelse med naturlig monopol. Marginalinntektskurven, MR, er lyse grønn og skjærer marginalkostnadskurven (heltrukne rød) for $x = 10$, som er den optimale produktmengde. Optimal pris, P^* , blir da 7 (stiplet rød linje).⁴⁴ Elastisiteten for $x = 10$ blir -1,4. For $x = 10$ er enhetskostnaden lik 3, slik at profitten $[(p - AC) \cdot x = (7 - 3) \cdot 10]$ blir 40.



Ut fra prinsippet om pris lik grensekostnad skal det optimale kvantum være på $x = 20$ i figur 5. Dermed vil det oppstå et underskudd på $(AC - MC = 3,5 - 2 =)$ 1,5 per enhet. For 20 enheter gir det et samlet underskudd på 30, hvilket med de valgte tall i eksempelet kan ansees som betydelig.

Det samfunnsmessige tap ved avvik fra prinsippet om pris lik marginalkostnad omtales gjerne som dødvektstapet, DWL (deadweight loss), og er et triangel. Arealet er grunnlinjen, dvs kvantumsreduksjonen $(20 - 10)$ gange høyden $(7 - 2)$ dividert med to. Dvs $(10 \cdot 5 / 2 =)$ 25. Jo mer prisfølsom (priselastisk) efterspørselen, dvs jo flatere eller mer vannrett kurven er, desto mindre blir dødvektstapet.

Praktisk prispolitikk

Ovennevnte representerer teoretiske muligheter. Det synes ofte å være slik at det i praksis forutsettes at marginalkostanden, MC, er lik eller tilnærmet lik enhetskostnaden, AC (for average cost), for de aktuelle produksjonskvantum, dvs

$$(3) \quad MC \approx AC$$

Det betyr i så fall at formelen for optimal prispolitikk (2) kan erstattes av

⁴⁴ Eksempelet bygger på de enkle funksjoner $p = 12 - 0,5x$ og $C = 10 + 2x$. Da blir $MR = 12 - x$, $MC = 2$ og $AV = 10/x + 2$.

$$(4) \quad p = hAC. \quad ^{45}$$

Her brukes h (handlingsparameter) om en strategisk størrelse, mens k i formel (2) betegner en størrelse fastlagt på empirisk grunnlag. Enhetskostnaden kan AC være basert på regnskapstall eller anslått på annen måte. Faktoren h fastsettes antagelig ut fra en skjønnsmessig vurdering av hva som kan gi et passende salg og omtales derfor som en handlingsparameter.⁴⁶

La p_0 betegne referanseprisen, dvs den pris (eller gjennomsnittet av prisene), som de nærmeste konkurrenter har fastlagt og som noteres i markedet. Hvis firma ønsker å gi sin merkevare "en kvalitetsprofil", så kan p settes høyere enn p_0 , da kjøpere normalt er villig til å betale mer for hva de oppfatter som kvalitet. Det antas da at den høyere pris kompenserer for et lavere kvantum.⁴⁷ Faren for at det forønskede kvantum blir for lite er da begrenset, men det er liten fare for ubekvemme konkurrent disposisjoner.

Hvis firma derimot velger "en lavprisprofil", slik at p settes lavere enn p_0 , så kan det arte seg fordelaktig.⁴⁸ I dette tilfelle må man regne med at konkurrerende firma som også har valgt "en lavprisprofil" vil følge etter. Det vil kunne ta noe tid, da det bare er i PKM-modellens eventyrlige verden at endringer skjer momentant. Hvis det tar f eks 2 måneder før konkurrentene reagerer, slik at $p \approx p_0$, så kan firma ha oppnådd å gjøre sitt produkt kjent for nye kunder. Kunder er ofte vanemennesker – kfr Kahnemans system 1 – og kan derfor behold sine nye innkjøpsvaner. Firmaet kan derved øke sin markedsandel.

STRATEGISK PRISPOLITIKK II

Anta at en offentlig forvaltningsmyndighet inviterer til en anbudskonkurranse om å produsere en nærmere spesifisert gruppe av offentlig betalte. Utgangspunktet er at den forvaltningsenhet som hittil har produsert disse tjenester har hatt "monopol" (i betydningen enerett) på denne produksjon. Det kan dermed være grunnlag for å tro at det foreligger X-ineffektivitet, slik at ressursforbruket blir høyere enn det bør være.⁴⁹ Bemerk at dette er en teoretisk antagelse, som ikke er verifisert empirisk.⁵⁰

Ovennevnte oppfatning om det private næringslivs overlegne effektivitet gjøres ikke minst gjeldende fra dette næringsliv selv og dets organisasjoner. Uansett effektivitetsspørsmålet så er det potensielt svært lukrativt å være underleverandør for forvaltning av spesielt flere årsaker:

⁴⁵ Handlingsparameteren h (som innføres i etterfølgende avsnitt) blir 3,5, dvs $h = [e/(1+e)] = [(-1,4)/(1-1,4)] = 3,5$, slik at $p = hx^* = 3,5(2) = 7$.

⁴⁶ I tidligere tider sa man at en vellykket forretningsmann hadde "nese for forretninger", hvilket antagelig betød at vedkommende var god til å fastlegge h med sikte på inntekt og fortjeneste. I våre dager vil trolig fastleggelse av h være basert på overslagsberegninger av forskjellig type.

⁴⁷ Anta at kvalitetsprofilen tilsier at prisen bør være kr 10 000 per enhet. Selges det 1 000 enheter til denne pris blir inntekten 10 million. Hvis en halvering av prisen til kr 5 000 per enhet må salget fordobles for å oppnå samme inntekt. Hvis salget til den lavere pris blir 1 500 enheter, så bli inntekten bare 7,5 millioner.

⁴⁸ Et salg på 10 000 enheter til kr 100 per enhet gir en salgsinntekt på 1 million. En halvering av prisen til kr 50 per enhet, som gir et salg på 100 000 enheter, gir derimot en inntekt på 5 millioner. Det er åpenbart tankegang av denne type som ligger bak oppbyggingen og suksessen til f eks moderne dagligvare kjeder.

⁴⁹ X-ineffektivitet er en unødvendig betegnelse for det forhold at konkurranseskjermets virksomhet ikke har samme motiv for å drive effektivt som konkurranseutsatt virksomhet. Det er ingen forskjell på vanlig ineffektivitet og X-ineffektivitet.

⁵⁰ I den grad det foreligger empiriske undersøkelser, så viser det seg ikke at man generelt kan oppnå redusert ressursforbruk ved å erstatte egenproduksjon i offentlig forvaltning ved bruk av private underleverandører, - kfr f eks Hartman (2011). Dette bør også sees i forhold til at man i norsk offentlig forvaltning jevnlig har hatt produktivets- og effektivitetskampanjer, som synes å ha hatt begrenset effekt. Det samme gjelder det tidligere Statens rasjonaliseringsdirektorat. Mangel på effekt av slike bestrebelser betyr ikke nødvendigvis at gjennomføringen av kampanjer osv har vært dårlige, men ganske enkelt at det er begrensede effekter å oppnå.

- Konkurransen på det private marked, hvor de private firma vanligvis konkurrerer, kan være sterk og/eller avsetningsmuligheten kan være fullt utnyttet. Offentlig anbudsutsettelse betyr at markedet for firmaenes virksomhet vil kunne utvides betraktelig.
- Offentlige forvaltning vil være sikre betalere,
- For flere tjenester er det en sikker og god efterspørsel (barnehaver og undervisning) mens det på andre felter vil være stigende produksjonsbehov (helsetjenester og eldreomsorg (kfr eldrebølgen)),
- Ofte vil man stå overfor lite profesjonelle forhandlere på offentlig side (folkevalgte og ledelsesbyråkrater),
- For offentlige individrettede tjenester er definisjoner av så vel av produktmengde som kvalitet, problematisk, hvilket vanskeliggjør kontroll av om leveringskontrakten oppfylles og vanskeliggjør ellers andre sammenligninger.⁵¹
- Et eksempel er nasjonale og internasjonale revisorforeninger, som driver aktiv lobbyvirksomhet for at offentlig forvaltning skal gå overtid forretningsregnskapssystemet. Derved vil markedet for de private revisjonsfirma bli nærmere doblet, - kfr artikkelen til Fanny Voldnes i dette festskrift.

En anbudskonkurranse er en form for priskonkurranse og et privat firma står overfor to problemer, som å velge en pris, som ligger under den antatte selvkostpris for offentlig egenproduksjon (kfr etterfølgende underavsnitt) og de pristilbud som foreligger fra konkurrentene.

De private firma som deltar i slike konkurranser er klar over at de må fordele oppdragene mellom seg. Alle forstår at det vil vekke sterke politiske reaksjoner om et stor privat selskap skulle vinne alle anbudskonkurranser innen f eks sykehjemdrift. Hvorvidt det skjer et illegalt samarbeid mellom de private aktører eller om fordelingen av oppdragene mellom flere firma er tilfeldig, spiller ingen rolle i denne sammenheng.

Et firma som skal delta i en slik konkurranse vil danne seg en oppfatning om hvilken pris, p_{off} , som en offentlig forvaltningsenhet kan sies å betale per enhet ved produksjon i egen regi. Anta at firmaet mener at det kan gjøre jobben til en lavere pris, p_{priv} , dvs

$$(5) \quad p_{priv} < p_{off}.$$

Ut fra formel (4) ovenfor er $p_{priv} = h(AVC_{priv})$. Hvis firma allerede er etablert og driver annen virksomhet for det private marked, så kan de faste kostnader allerede være dekket inn. Det er også mulig å tenke seg at den faste enhetskostnad, AFC (for average fixed cost) legges inn

$$(6) \quad p_{priv} = h(AVC_{priv} + AFC_{priv}).$$

Det er en rekke grunner til at et firma kan fremstå med lavere kostnader, kfr (5). Det kan:

- (i) Det private firma kan være mer effektivt, dvs det spares ressurser ved en bedre organisering uten at kvaliteten for tjenestemottagerne og/eller arbeids- og lønnsbetingelsene for de ansatte blir dårligere.

⁵¹ Dette kan ikke utdypes i denne sammenheng, men man kan merke seg at i skolen produseres det ikke elever, i sykehjemmet produseres det ikke eldre omsorgstrengende, på legekantor og i sykehus produseres det forhåpentligvis ikke pasienter osv.

- (ii) Det private firma kan være billigere fordi at kvaliteten for tjenestemottagerne og/eller arbeids- og lønnsbetingelsene for de ansatte blir dårligere. Det dreier seg da ikke om konkurranse på like vilkår og dette tilfellet behandles ikke nærmere her.
- (iii) Forskjellige priskalkulasjonsprosedyrer. I etterfølgende avsnitt behandles offentlig priskalkulasjon, som ligger an til å medføre en overvurdering av forvaltningens faktiske ressursforbruk ved produksjon av vedkommende tjeneste. Det private firma vil imidlertid drive strategisk prispolitikk.

I denne sammenheng betyr strategisk prispolitikk at firma kan fastlegge handlingsparameteren k i formel (4) eller (6), så lavt at (5) vil være oppfylt. Handlingsparameteren k må være større enn én for at prisen skal være større enn enhetskostnadene.

Firma kan også tenke langsiktig ved å se seg tjent med at k settes lavere enn én, slik at man sikrer seg oppdraget. Derved får man oppdraget og kan sies å ha kommet inn på markedet. Det betyr at man driver med tap i den første kontraktsperiode, som man regner med å ta igjen ved en større k i etterfølgende kontraktsperioder. Lav k i første kontraktsperiode betyr at man ser oppdraget som en investering, som man forventer vil gi høy avkastning i fremtiden.

I den grad man mener at man vil kunne ha problemer med å overholde kontrakten, så kan man opprette et eget datterselskap for det enkelte anbudsoppdrag. Hvis man ikke klarer å oppfylle kontrakten, så er det bare datterselskapet som går konkurs, mens morselskapet vil lide et begrenset eller kontrollert tap. Bruk av et datterselskap kan også by på andre fordeler, spesielt av beskatningsmessig art.⁵²

OFFENTLIG PRISKALKULASJON

Tradisjonelt (i europeisk sammenheng) har det offentlige selv produsert ulike velferdstjenester for befolkningen (barnehaver, grunnskoler, eldreomsorg, helse- og sosialtjenester).

Offentlig forvaltning er i lov og forskrift pålagt å kalkulere sine priser ut fra selvkostprinsippet, dvs at alle kostnader skal med. Selvkostprising betyr at kalkulasjonsprisen p_{off} skal dekke alle kostnader, dvs settes lik summen av variable enhetskostnader og faste enhetskostnader, AFC (for average fixed cost), dvs

$$(5) \quad p_{\text{off}} = AVC_{\text{off}} + AFC_{\text{off}}$$

Det synes gjennomgående å være en misforståelse som preger de fleste selvkostberegninger i offentlig forvaltning, nemlig at "alt skal med".

Det som skal inngå ved f eks nedleggelse av en kommunal barnehave er selvfølgelig bare de kostnader som faller bort ved en eventuell nedleggelse. Med andre ord, de samlede kostnader ved drift av en kommunal barnehave er lik de kostnader som faller bort ved driftens opphør. Det er skjellig grunn til å tro at jurister og regnskapsfolk, som ofte brukes som "ekspertise" i slike saker, ikke er klar over dette. Det synes således som kompetansemangel ofte kan være en årsak til "overprising" ved at man tar med for mange – eller for stor del av - kostnader som ikke blir påvirket av en beslutning.

⁵² Morselskapet kan belaste datterselskap grovt for ulike overordnede tjenester, lån osv. Derved føres en del av det egentlige overskudd i datterselskapet over på morselskapet. Dette er spesielt fordelaktig hvis morselskapet hører hjemme i et land med lavere beskatning av overskudd.

I noen tilfeller har ofte også offentlige ”priskalkulatorer” motiv for å overdrive kostnadene.

(a) Anta at kommune A kan selge skoleplasser til kommune B. Det kan være aktuelt når elever i kommune B bor på grensen til kommune A, slik at de får vesentlig kortere skolevei til en skole i kommune A. Prisberegning i kommune A kan da tilpasses slik at man får mest mulig ut av ”slikt salg” til nabokommunen. Da fylkeskommunene drev sykehusene (før 2002), så var trolig prisene for gjestepasienter, dvs for å behandle pasienter fra nabofylket, av samme grunn trolig for høy i forhold til egentlig selvkost.

(b) Teknisk etat i kommuner har adgang til gebyrfinansiering av visse oppgaver. Det synes grunn til å tro at tekniske etater i slike tilfeller inkluderer mest mulig i selvkostberegningen av åpenbare grunner.

Uansett så betyr dette at offentlige selvkostbaserte priser eller enhetskostnader i utgangspunktet – enten de er riktig eller feilaktig beregnet - ikke er sammenlignbare med den strategiske prispolitikk som private firma gjerne vil føre.

TRANSAKSJONSKOSTNADENE

Transaksjonskostnaden ved offentlige anbudsutsettelse gjelder kostnader ved (a) selve anbudsutsettelsen (anbudsdokumenter), vurdering av de firma som leverer tilbud og kontraktsutforming med anbudsvinneren, (b) løpende kostnader ved kontroll med at anbudskontrakten overholdes. Disse kostnader representerer svært viktig arbeid og vil kunne være av en ikke ubetydelig størrelsesorden. Disse kostnader kan kanskje mer betegne omtales som kontrollkostnader. Det synes ikke vanlig at disse kostnader søkes beregnet. La oss imidlertid anta at slike kostnader, C_{kontr} , er beregnet og at det er meningsfullt å se på enhetskostnaden, dvs AC_{kontr} . Spørsmålet er derfor om den private tilbudspris pluss kontrollkostnadene er lavere enn kostnadene i egen regi (når faste enhetskostnader er beregnet på riktig måte), dvs

$$(6) \quad [p_{\text{priv}} + AC_{\text{kontr}}] < p_{\text{off}} (= AVC_{\text{off}} + AFC_{\text{off}})$$

Det ansees unødvendig å forfølge denne argumentasjon videre. Poenget er at man må ha et reelt sammenligningsgrunnlag.

5 Konklusjoner

OM PERFEKTE MARKEDER

Det er i det forgående visst at hypotesen om perfekte markeder ikke vil være oppfylt i praksis. PKM-modellen (modellen for perfekte markeder) forutsetter at markedsdeltagerne er pristagere, som igjen krever at produktene er homogene (indifferensens lov). Hertil kreves at det ikke foreligger stordriftsfordeler. Det som særpreger dagens samfunn er at de få goder, som er homogene, er goder der stordriftsfordelene gjør seg gjeldene. Det er derfor enkelt å avvise hypotesen om perfekte markeder

Det er derfor ikke overraskende at selv de største autoriteter, som Paul A Samuelson er enig i det, - kfr nedenforstående sitat fra Samuelsons berømte lærebok Economics [Samuelson & Nordhaus, 14. utgave 1992]:

Taken literally, there is no doubt that a perfect and absolute efficient competitive mechanism has never existed and never will. But in a broader sense, the insights of the competitive theory retain a great deal of validity. p 295.

Samuelson og mange andre økonomer mener imidlertid at teorien om perfekt konkurranse kan gi innsikt i mange økonomiske spørsmål. Dette betyr at Samuelson mener at en type ikke eksisterende marked (det perfekte) kan brukes som referansemål eller "best practice" når faktiske markeder skal vurderes. Det kan selvsagt diskuteres.

Påstanden i denne artikkel er begrenset til å hevde at det urimelig - eller faktisk meningsløst - å sammenligne effektiviteten i offentlig forvaltning med den strategiske adferd man finner hos private firma i såkalte imperfekte markeder, samtidig som man gir inntrykk av at disse imperfekte markeder er perfekte.

MISFORSTÅELSER PÅ GRUNN AV PARADIGMET OM PERFEKTE MARKEDER

Økonomer og ledere i næringslivet i posisjoner som anvender økonomisk teori i sitt daglige arbeid og som derfor møter den økonomiske virkelighet, er (forhåpentligvis) ikke offer for den misforståelse de markeder, som de opererer i er perfekte.

En slik misforståelse kan man derimot tenke seg gjelder økonomer og andre, som har grunnkurs i mikroøkonomi, nærmeste som en del av allmennutdannelsen, og som arbeider i akademia, forvaltningen, konsulentbransjen, tenketanker osv. Det er vanskelig å fri seg fra det inntrykk at slike misforståelser er mer vanlig enn man kanskje skulle tro. Her nevnes noen viktige muligheter.

En mulighet er "frikonkurransevarianten", dvs at bare man overlater oppgavene til markedet, så vil markedet "av seg selv" finne frem til de beste samfunnsmessige løsninger. Det kan føre til en uhemmet tro på deregulering og bestrebelser på å minimere omfanget av den offentlige forvaltning. Denne misforståelse kan sies å være dokumentert ved den arbeidsløshet og nød som har rammet USA og Europa i de senere år.

En annen mulighet er at skatter som er nødvendige for å skape et velordnet samfunn representerer inngrep i markedene som medfører et dødvektstap, som derfor helt bør unngås.

En tredje mulighet er troen på at kriteriet $P = MK = AC$ (pris lik marginalkostnad lik enhetskostnad) på lang sikt også gjelder på kort sikt. Det betyr at man tror at priser notert av næringslivet representerer de samfunnsøkonomiske kostnader ved produksjonen, dvs et slag objektivt kriterium for hva ting koster.

Årsaken til slike misforståelser er trolig at de grunnleggende lærebøker i mikroøkonomisk teori er ensidig konsentrert om to markedsformer, som neppe forekommer i praksis, nemlig perfekte markeder og monopol. Blaug (2001) sier dette klart

Can one actually teach the principles of dynamic efficiency? Of course, one can and that is what we do in every course in industrial organization (and in every course in management schools), where, alas, we have to undo the brainwashing that students have undergone in their courses on microeconomics. (p 45)

NÆRINGSLIVET SOM REFERANSEMÅL

- Private firma opererer i markeder med imperfekt konkurranse, som betyr at firmaene vil føre en strategisk prispolitikk. En slik prispolitikk kan ha flere formål. Men vil

generelt sett ikke gi uttrykk av de faktiske produksjonskostnadene. De priser som settes i anbud, kan derfor være lavere eller høyere enn det de faktiske kostnader skulle tilsi.

- Motsvarende skal offentlige forvaltningsenheter ved lov og forskrift basere sin priskalkulasjon på selvkostprinsippet, men mye tyder på at offentlige priskalkulatorer ikke har forstått det egentlig selvkostprinsipp, slik at det er en gjennomgående fare for overvurdering av de reelle kostnader.
- Transaksjonskostnadene for det offentlig ved anbudsproduksjon og den tilhørende kontrollvirksomhet synes generelt sett ikke å blir beregnet, men er en viktig komponent i en sammenligning. Disse kostnader må inkludere (a) kostnader ved selve utlysningen, utvelgelse av anbudsvinner, samt spesifisering av anbudskontrakten,⁵³ (b) de løpende kostnader ved kontroll av kontraktsoppfyllelsen, og (c) risikoen og kostnadene ved at den private anbudsvinner går konkurs i kontraktsperioden.
- Nedbygging av egen kapasitet for en form for tjenesteproduksjon ved oppsigelser av ansatte og avvikling av egen produksjonskompetanse, kan føre til at det i fremtiden kan bli svært kostbart å starte opp igjen med produksjon i egen regi.
- Kvalitetskontroll ved privat tjenesteproduksjon er komplisert uansett om produksjonen skjer i privat eller offentlig regi. Ved produksjon i egen regi kan man i stor grad basere seg på at profesjonsutøverne (i en tjenesteform) følger en etablert profesjonsetikk.⁵⁴ Ved privat profitorientert produksjon basert på incentivsystemer er faren at profesjonsetiske hensyn i stor grad blir satt til side. Det synes ikke å være tvil om at aktivitetsbasert finansiering av spesialist helsetjenesten - iallfall tildels - fortrenger fagmedisinske profesjonsvurderinger.
- Det er i utgangspunktet uklart hvilke krav man bør stille til de ansattes lønns- og arbeidsvilkår i private firma. Et spørsmål er om eventuelle reduksjoner i slike vilkår skal ansees som politisk akseptable. Et annet er at kostnadsberegningene da ikke blir sammenlignbare.

SLUTTORD

Avslutningsvis kan det være vanskelig å fri seg fra det inntrykk, som Marglin (2008) formulerer slik:

The problem with the idea that economics is purely, or even primarily, a descriptive undertaking is that the apparatus of economics has been shaped by an agenda focused on showing that markets are good for people rather than on discovering how markets actually work. (p 3).

Det var kanskje en passende agenda inntil kommunistregimenes selvavvikling i begynnelsen av 1990-årene, men ikke i dag.



⁵³ Spesifisering av anbudskontrakten krever mye arbeid, da det etter kontraktsinngåelse vil være kostbart å endre kontraktsvilkårene på grunn av uteglemler eller lignende.

⁵⁴ Ved norske sykehus har man nå i flere år basert seg på innsatsstyrt finansiering. Det synes klart dokumentert at profesjonsutøvernes profesjonsetiske idealer dermed kommer i annen rekke, dvs etter ulike økonomiske hensyn.

Litteraturhenvisninger:

Andreassen, Viggo (2012): *Innføring i mikroøkonomi for økonomisk-administrative studier*, Cappelen Akademisk Forlag.

Arrow, Kenneth (1959): Towards a theory of price adjustment, in Abrahamovitz, K, editor (1959): *The Allocation of Economic Resources*, Stanford University Press.

Baumol, William J & Blinder, Alan S (2012): *Microeconomics - Principles and Policy*, 12th edition, South Western Cengage Learning.

Blaug, Mark (1996): *Economic theory in retrospect*, Cambridge University Press.

Bowles, Samuel (1998): *Endogenous Preferences: The Cultural Consequences of Markets and Other Economic Institutions*, Journal of Economic Literature, 36:75-111.

Carlton, Dennis W & Perloff, Jeffrey N (2005): *Modern Industrial Organization*, Fourth Edition, Pearson Addison Wesley.

Dedekam, Anders jr (2002): *Mikroøkonomi*, Fagbokforlaget.

Eiteman, Wilford J & Guthrie, Glenn E (1952): The shape of the average cost curve, *American Economic Review*, 42(5), p 832-8.

Frisch, Ragnar (1962): *Innledning til produksjonsteorien*, Universitetsforlaget.

Gravelle, Hugh & Rees, Ray (2004): *Microeconomics*, 3rd edition, Prentice Hall

Grønn, Erik (2005): *Anvendt mikroøkonomi*, Cappelen Akademisk Forlag.

Hansen, Robert G (2013): *Mikroøkonomi – en kort innføring*, Gyldendal Akademisk.

Hartman, Laura, red (2011): *Konkurrensens konsekvenser – Vad händer med svensk välfärd*, SNS Förlag.

Hill, Rod & Myatt, Tony (2010): *The economic anti-textbook – A critical thinker's guide to microeconomics*, Zed Books.

Hindriks, Jean & Myles, Gareth D (2013): *Intermediate Public Economics*, second Edition, The MIT Press.

Kahn, M Ali (1998): Perfect Competition, *Palgrave Dictionary of Economics*.

Kahneman, Daniel (2011): *Thinking, fast and slow*, Allen Lane/Penguin Books

Keen, Steve (2011): *Debunking economics – The naked emperor dethroned?* Zed Books.

Krackhardt, David (1998): Endogenous Preferences: A Structural Approach, Chapter 10 i Halpern, Jennifer & Stern, Robert N, eds (1998): *Debating Rationality: Non-rational Aspects of Organizational Decision Making*, Cornell University Press.

- Lockwood, B (1998). Pareto efficiency, *Palgrave Dictionary of Economics*.
- Marshall, Alfred (1820/1961): *Principles of Economics*, 8th edition, Macmillan & Co, Ltd.
- McKenzie, Lionel W (1998): General Equilibrium, *Palgrave Dictionary of Economics*.
- Marglin, Stephen A (2008): *The Dismal Science – How Thinking Like an Economist Undermines Community*, Harvard University Press.
- Mill, John Stuart (1848): *Principles of Political Economy*, Unabridged, BN Publishing
- Niehans, Jürg (1998): Transaction Costs, *Palgrave Dictionary of Economics*
- Nyborg, Karine (2013): Absurd idé om den perfekte konkurranse – Økonomifagets egen retorikk kan bidra til en for naiv holdning til markedets fortreffelighet, *Aftenpostens Økonomimagasin*, 21. november 2013, side 18.
- Pindyck, Robert S & Rubinfeld, Daniel L (2009): *Microeconomics*, Pearson International Edition. Dette læreverk finnes også på norsk som Pindyck, Robert S, Rubinfeld, Daniel L & Synnestvedt, Terje (2013): *Introduksjon til mikroøkonomi*, Pearson.
- Ringstad, Vidar (2002): *Mikro og markedsteori*, Cappelen Akademisk Forlag.
- Samuelson, Paul A (1947/1963): *Foundations of economic analysis*, Cambridge Harvard University Press.
- Samuelson, Paul A & Nordhaus, William D (1992): *Economics*, 14th edition, McGraw Hill International Edition. (Første utgaven ble publisert av Samuelson alene i 1948).
- Sandmo, Agnar (2006): *Samfunnsøkonomi – en idéhistorie*, Universitetsforlaget.
- Simon, Herbert A (1998): Bounded Rationality, *Palgrave Dictionary of Economics*.
- Smith, Adam (1776/1976): *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, The Glasgow Edition, Clarendon Press, Oxford.
- Stigler, George J (1957): Perfect Competition, Historically Contemplated, *Journal of Political Economy*, Vol 65, No 1 (feb, 1957), pp 1-17.
- Stiglitz, George J (1957): Perfect Competition, Historically Contemplated, *Journal of Political Economy*, Vol 65, No 1 (Feb, 1957), p 1-17.
- Sæther, Arild (2003) *Mikro- og markedsteori*, Kolofon
- Synnestvedt, Terje (2009): *Mikroøkonomi i korte trekk*, 3. utgave, Zigma Forlag
- Wilkinson, Richard & Pickett, Kate (2011): *Ulikehetens pris – Hvorfor likere fordeling er bedre for alle*, Res Publica.