

Mikroteoria 2.Välikuulustelu

26.04.2005

Vastaa kolmeen kysymykseen

1) Esitä yhteenveto yleisen tasapainon teoriasta vaihtotalouden/markkinatalouden tapauksessa (ei siis tuotantoa). Esitä tiiviisti keskeisiksi katsomasi seikat.

2) Seuraavassa kirjassa esitetyjä esimerkkejä teorian ja käytännön yhteensovittamisesta. Selosta jokaista lyhyesti:

- a. Yritysten sijoittuminen tuotediffereroinnin muotona (A Location Model of Product Differentiation)?
- b. Öljyn kaksihintajärjestelmä?

3) Pieni erikoistuotteita tuottava yritys on onnistunut saavuttamaan monopolin omalla toimialallaan. Sen kohtaama (käänteis)kysyntäkäyrä ja kustannusfunktio ovat

$$p = 50 - 2q$$

$$TC = q^3 - 15q^2 + 80q + 30$$

a. Ratkaise monopolin voitonmaksimointiongelma

b. Yrityksen johtaja-omistaja siirtyy eläkkeelle, eikä hänellä ole omassa perheessään työnsä jatkaja. Niinpä hän palkkaa yritykseen ulkopuolisen "managerin", toimitusjohtajan. Paikkakunnalle, jolla yritys toimii, rakennetaan kuitenkin samaan aikaan uusi Golf-kenttä ja tietyn liikevaihdon (myyntitulot, revenues) ylittävien yritysten toimitusjohtajat voivat liittyä ylelliseen Business-gol klubiin, jossa jäsenten edut ovat sitä suuremmat, mitä suurempi on yrityksen liikevaihto. Innokaana golffarina uusi toimitusjohtaja muuttakin "hieman" yrityksen tavoitefunktioita siten, että se on yhdensuuntainen hänen omien insentiiviensä kanssa. Minkä tuotannon tason hän valitsee ja kuinka käy yrityksen voiton?

4) Toimialalla on kaksi yritystä. Toimialan (käänteis)kysyntäkäyrä ja yritysten kustannusfunktiot ovat:

$$p = 50 - 0.1q$$

$$TC_1 = 0.025q_1^2 + 2q_1$$

$$TC_2 = 0.1q_2^2 + 2q_2$$

a. Markkinatilanne on vakiintunut sellaiseksi että yritys 1 toimii johtajana ja yritys 2 seurailee. Minkälaiset ovat yritysten tuotannot hinta ja voitot?

b. Kumpi strategia olisi johtajalle edullisempi, määräjohtajuus vai hintajohtajuus?

5) Erään pohjoisen pääkaupungin pohjoisella pääkadulla on vierekkäin naisten asusteita ja kosmetiikka myyvät liikkeet. Keväällä, lumien vihdoon sulaessa, asusteliike mainostaa: "Turkoosi tulee, oletko valmis?". Kosmetiikkaliike puolestaan mainostaa: "turkoosi saa silmäsi säihkymään tutkimattomina kuin meri!". Mainonta tuo asiakkaita, mutta tietenkin myös maksaa. Asusteliikkeen (A) ja kosmetiikkaliikkeen (K) voitot riippuvat mainontaan käytetyistä summista (X_A ja X_K) seuraavasti:

$$\pi_A = (60 + X_K)X_A - 2X_A^2$$

$$\pi_B = (105 + X_A)X_k - 2X_k^2$$

- a. Kuinka suuria summia yritykset (tasapainossa) käyttävät mainontaan, jos ne ajattelevat etteivät ne voi vaikuttaa toisen yrityksen mainontaan?
- b. Kannattaisiko yritysten fuusioitua mainonnan ilmeisten ulkoisvaikutusten sisäistämiseksi?