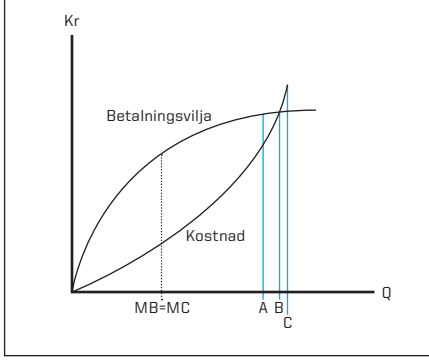
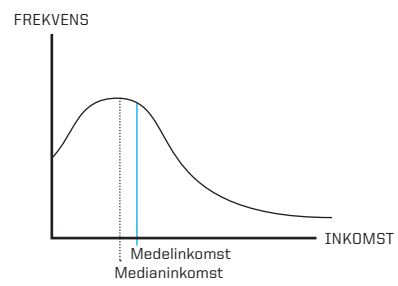


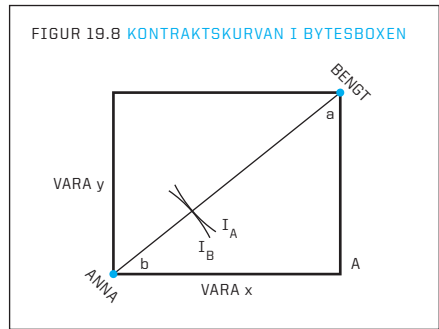
FIGUR 19.10 TOTAL KOSTNAD OCH BETALNINGSVILJA FÖR EN OFFENTLIGT FINANSIERAD VERKSAMHET

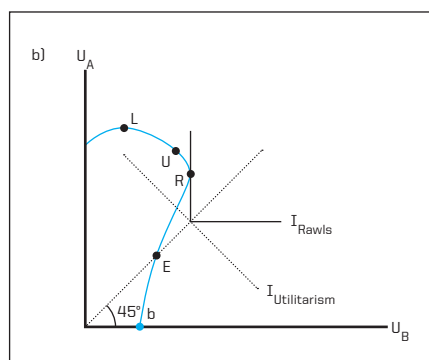


FIGUR 19.9 INKOMSTFÖRDELNING, MEDIAN-  
INKOMST OCH MEDELINKOMST



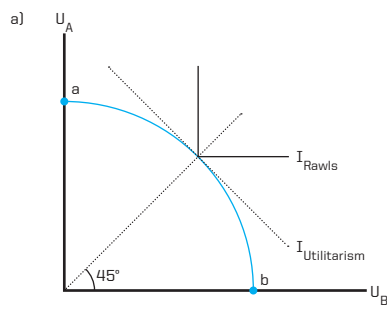
FIGUR 19.8 KONTRAKTSKURVAN I BYTESBOXEN





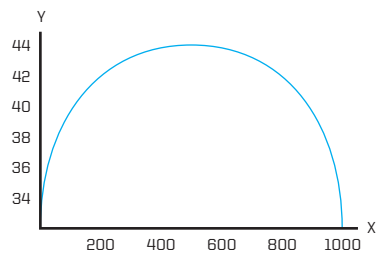
b. Nyttomöjlighetskurva där olika rättviseidéer rekommenderar olika fördelningar.

FIGUR 19.7 NYTTOMÖJLIGHETSKURVA



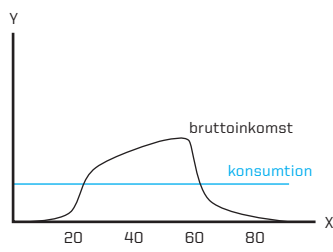
a. Nyttomöjlighetskurva där likadelning är att föredra enligt utilitarismen, Rawls idé om rättvisa och egalitarismen.

FIGUR 19.6 TOTAL NYTTA SOM FUNKTION AV INDIVID 1:S DEL AV 1 000 KRONOR



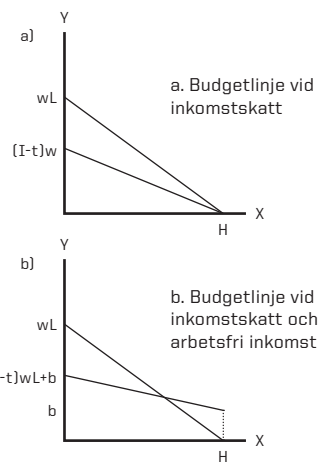
Y - TOTAL NYTTA  
X -  $y_1$

FIGUR 19.5 VÄLFÄRDSSTATENS OMFÖRDELNING ÖVER LIVSCYKELN (PRINCIPSKISS)



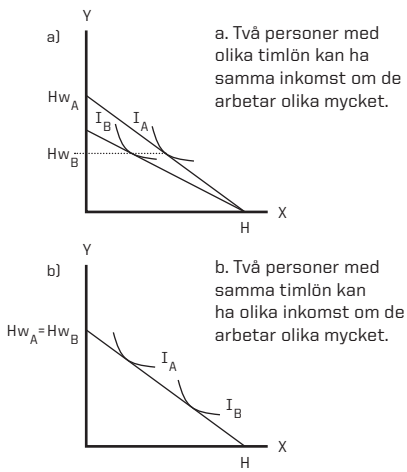
Y - KRONOR  
X - ÅLDER

FIGUR 19.4 HUR INDIVIDENS BUDGETMÄNGD PÅVERKAS AV EN INKOMSTSKATT T OCH EN ARBETSFRI INKOMST B



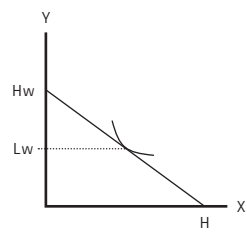
a) b)  
Y - INKOMST  
X - FRITID

FIGUR 19.3 INKOMSTFÖRDELNINGEN BEROR BÅDE PÅ LÖNESKILLNADER OCH PÅ PREFERENSKILLNADER



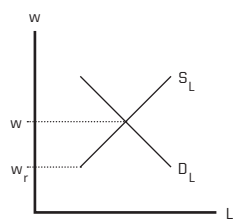
a) b)  
Y - INKOMST  
X - FRITID

FIGUR 19.2 INDIVIDENS VAL MELLAN FRITID OCH ARBETSINKOMST

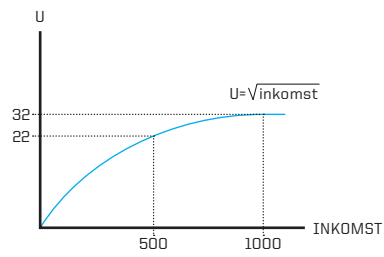


Y - INKOMST  
X - FRITID

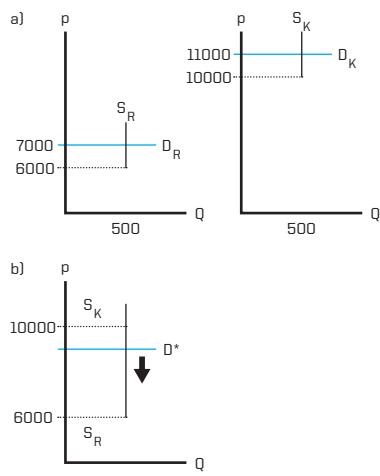
FIGUR 19.1 HUR UTBUD OCH EFTERFRÅGAN PÅ  
BAGERIARBETARE BESTÄMMER LÖNEN



FIGUR 18.2 EN KONKAV NYTTOFUNKTION INNEBÄR ATT INDIVIDEN HAR RISKAVERSION

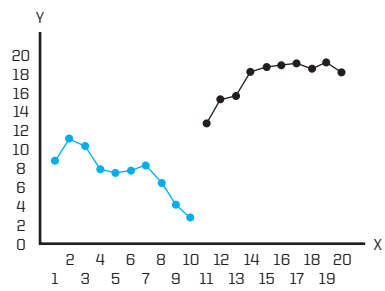


FIGUR 18.1 MARKNADEN FÖR BEGAGNADE BILAR



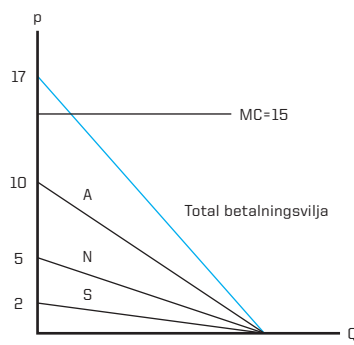
A) VID FULLSTÄNDIG INFORMATION: SEPARATA MARKNADER FÖR RISHÖGAR OCH KVALITETSBILAR.  
B) VID ASYMMETRISK INFORMATION: BÅDA BLANDAS PÅ SAMMA MARKNAD UTAN ATT KUNDERNA KAN SE SKILLNADEN.

FIGUR 17.5 EXPERIMENT MED BIDRAG TILL EN KOLLEKTIV NYTTIGHET MED OCH UTAN BESTRAFFNING (TAGEN FRÅN FEHR OCH FISCHBACHER, 2005).

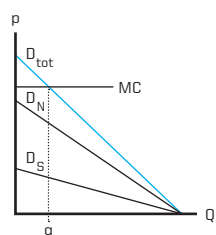


Y - GENOMSNITTLIGT BIDRAG TILL KOLLEKTIV VARA  
X - ÖMGÅNG  
● - UTAN BESTRAFFNINGSMÖJLIGHET  
● - MED BESTRAFFNINGSMÖJLIGHET

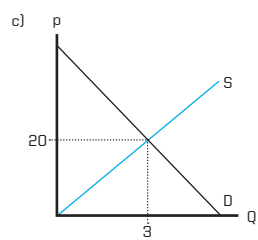
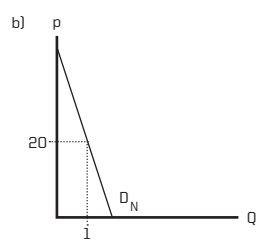
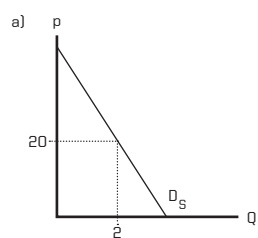
FIGUR 17.4 SIRIS, NIKLAS OCH ARNES BETALNINGSVILJA FÖR VÄKTARE, SAMT DEN TOTALA BETALNINGSVILJAN



FIGUR 17.3 MARKNADEN FÖR EN KOLLEKTIV VARA



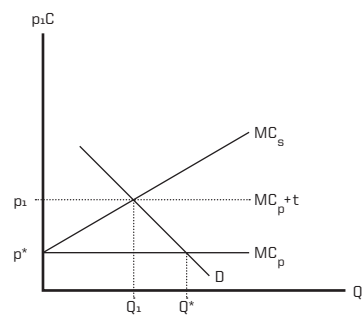
FIGUR 17.2 MARKNADEN FÖR EN PRIVAT VARA



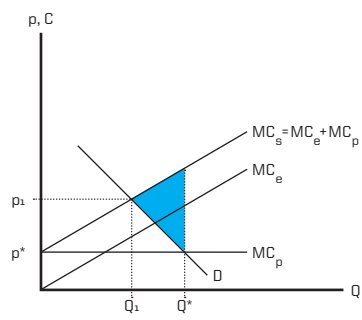
FIGUR 17.1 PRIVATA OCH KOLLEKTIVA VAROR.  
ÄR VARAN RIVALISERANDE?

		ÄR VARAN RIVALISERANDE?	
		JA	NEJ
ÄR VARAN EXKLUDEERBAR?	JA	Privat vara (godispåse)	Oren kollektiv vara (kabel-tv)
	NEJ	Oren kollektiv vara (trottoar)	Ren kollektiv vara (försvar)

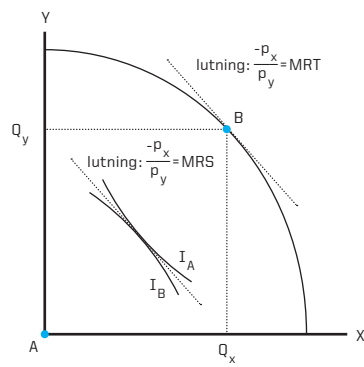
FIGUR 16.2 EN OPTIMAL STYCKSKATT KAN KORRIGERA DEN NEGATIVA EXTERNALITETEN



FIGUR 16.1 PRODUKTION MED NEGATIV  
EXTERN EFFEKT

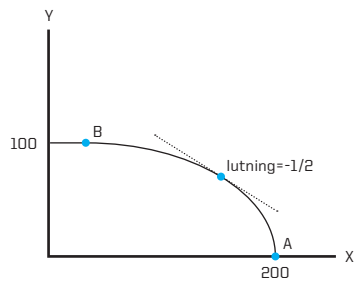


FIGUR 15.5 SCHEMATISK BILD AV ALLMÄN JÄMVIKT



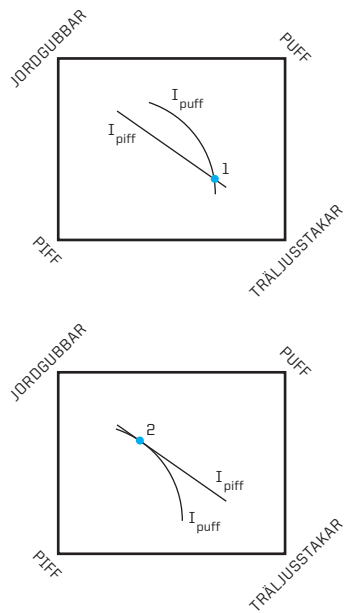
Y - ANTAL LITER JORDGUBBAR  
X - ANTAL LJUSSTAKAR

FIGUR 15.4 MATS PRODUKTIONSMÖJLIGHETSKURVA FÖR JORDGUBBAR OCH TRÄLJUSSTAKAR

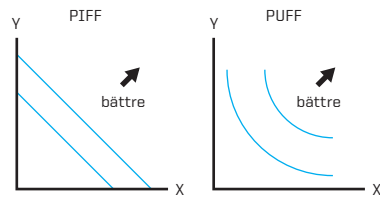


Y - ANTAL LITER JORDGUBBAR  
X - ANTAL LJUSSTAKAR

FIGUR 15.3 PIFFS OCH PUFFS PREFERENSER  
I EN BYTESBOX

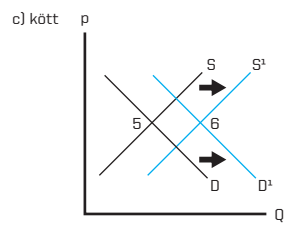
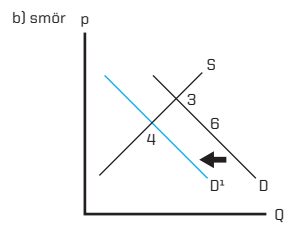
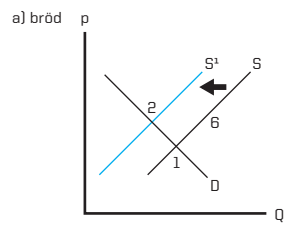


FIGUR 15.2 PIFFS OCH PUFFS PREFERENSER FÖR JORDGUBBAR OCH TRÅLJUSSTAKAR

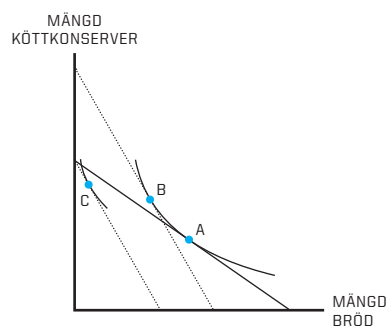


Y - JORDGUBBAR  
X - TRÅLJUSSTAKAR

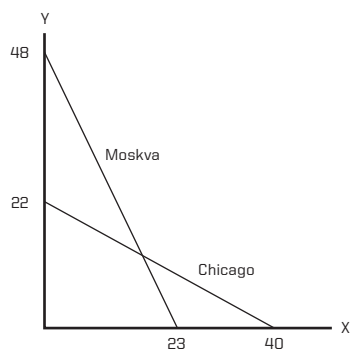
FIGUR 15.1 FÖLJDEVERKNINGAR AV MISSVÄXT  
PÅ ANDRA MARKNADER



FIGUR 14.9 PRISFÖRÄNDRING PÅ EN VARA  
ORSAKAR BÅDE EN SUBSTITUTIONSEFFEKT OCH  
EN INKOMSTEFFEKT

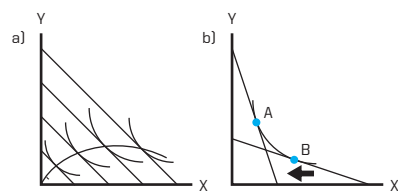


FIGUR 14.8 KONSUMTIONSMÖJLIGHETER EFTER 8 TIMMARS ARBETE TILL EN GENOMSNITTLIG TIMLÖN I MOSKVA OCH CHICAGO



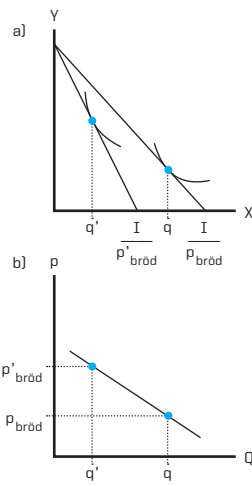
Y - ANTAL KILO BRÖD  
X - ANTAL BIG MAC

FIGUR 14.7 INKOMSTEFFEKT (A) OCH  
SUBSTITUTIONSEFFEKT (B) FÖR EN TÄNK  
KONSUMENT ANNA.



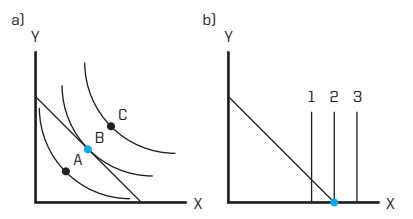
Y - MÄNGD KÖTTKONSERVER  
X - MÄNGD BRÖD

FIGUR 14.6 GRAFISK HÄRLEDNING AV  
EFTERFRÅGEKURVAN



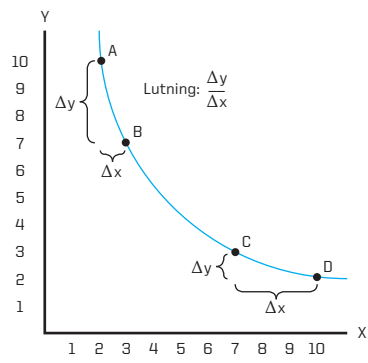
a)  
Y - SMÖR  
X - BRÖD

FIGUR 14.5 KONSUMENTENS NYTTO-MAXIMERING



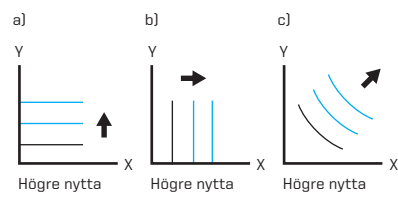
Y - SMÖR  
X - BRÖD

FIGUR 14.4 ATT TOLKA LUTNINGEN PÅ  
INDIFFERENSKURVAN (MRS)



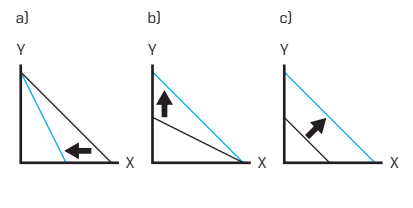
Y - SMÖR  
X - BRÖD

FIGUR 14.3 TRE OLIKA PREFERENSER FÖR  
BRÖD OCH SMÖR

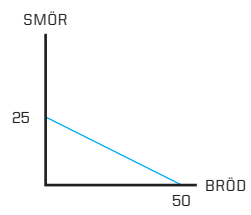


Y - SMÖR  
X - BRÖD

FIGUR 14.2 HUR BUDGETLINJEN ÄNDRAS  
NÄR PRISER OCH INKOMSTER ÄNDRAS



FIGUR 14.1 BUDGETLINJEN VISAR VAD  
KONSUMENTEN HAR RÅD MED



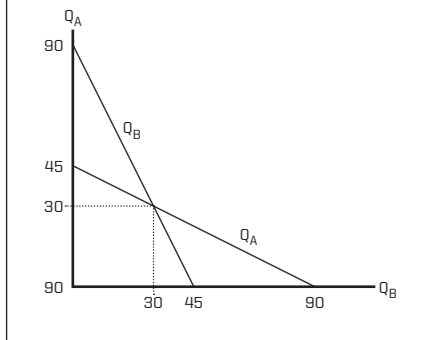
FIGUR 13.1 ETT KOORDINATIONSSPEL MELLAN  
TVÅ FÖRARE SOM KAN KÖRA PÅ HÖGER ELLER  
VÄNSTER SIDA AV VÄGEN

		FÖRARE A	
		HÖGER	VÄNSTER
FÖRARE B	HÖGER	10	0
	VÄNSTER	0	10

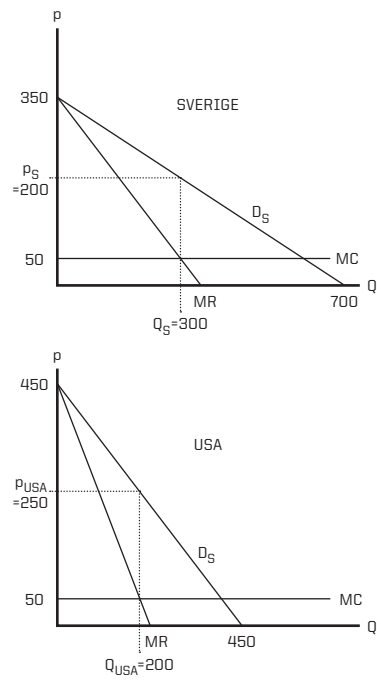
FIGUR 12.7 KONSEKVENSER AV BESLUTET ATT LÄMNA ELLER STANNA KVAR I EN KARTELL

		Adib	
		STANNA	LÄMNA
Bengt	STANNA	A	B
	LÄMNA	C	D

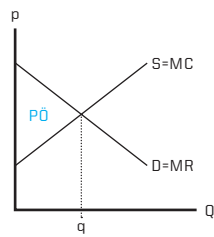
FIGUR 12.6 JÄMVIKT VID COURNOTKONKURRENS  
MELLAN TVÅ FÖRETAG



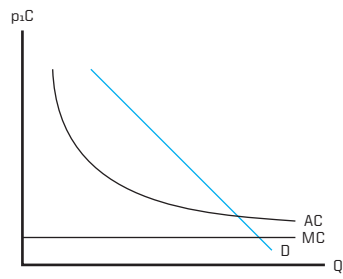
FIGUR 12.5 TREDJE GRADENS PRISDISKRIMINERING



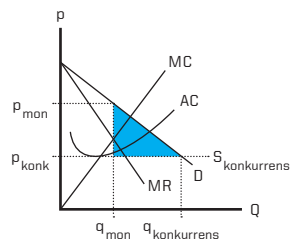
FIGUR 12.4 PERFEKT PRISDISKRIMINERANDE  
MONOPOLIST



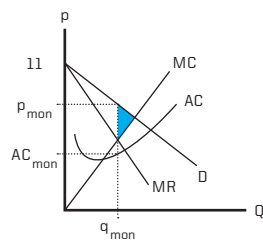
FIGUR 12.3 EXEMPEL PÅ NATURLIGT MONOPOL:  
VATTENFÖRSÖRJNING



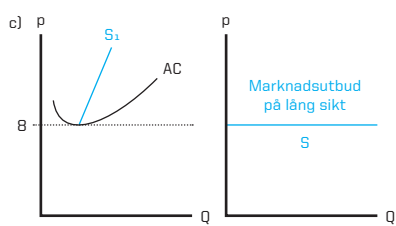
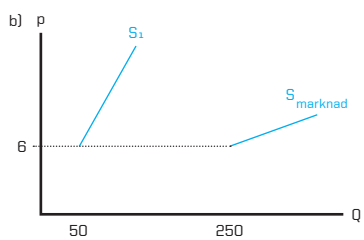
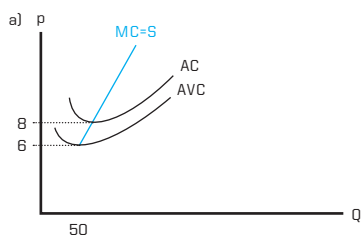
FIGUR 12.2 EFFEKTIVITETSFÖRLUSTEN AV MONOPOL VID HORIZONTELL LÅNGSIKTIG UTBUDSKURVA



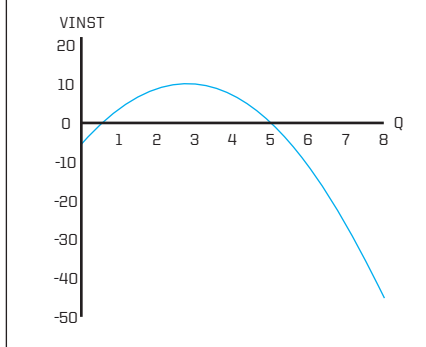
FIGUR 12.1 EFFEKTIVITETSFÖRLUSTEN VID MONOPOL



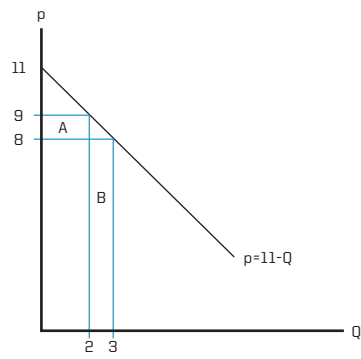
FIGUR 11.6 HÄRLEDNING AV UTBUDESKURVAN PÅ KORT SIKT (A OCH B) OCH PÅ LÅNG SIKT (C)



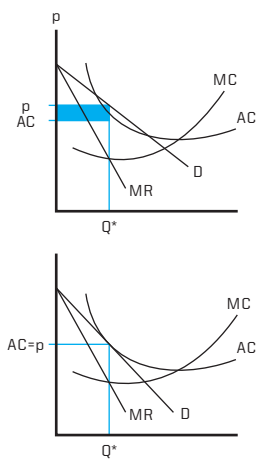
FIGUR 11.5 VINST SOM FUNKTION AV KVANTITET  
ENLIGT SAMBAND I TABELL 11.1



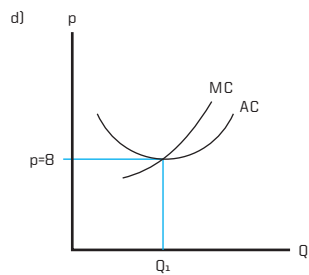
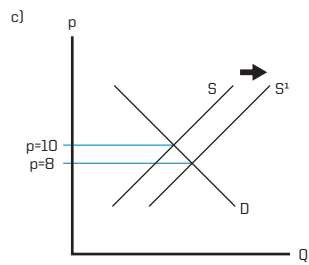
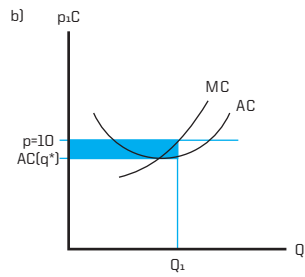
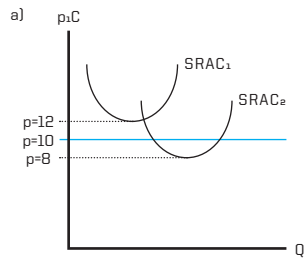
FIGUR 11.4 HUR ÄNDRAS INTÄKTERNA NÄR ETT MONOPOLFÖRETAG SÄNKER PRISET?



FIGUR 11.3 VINST PÅ KORT OCH LÅNG SIKT VID MONOPOLISTISK KONKURRENS.

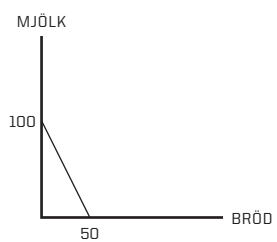


FIGUR 11.2 VINSTMAXIMERING VID FULLSTÄNDIG KONKURRENS, KORT OCH LÅNG SIKT

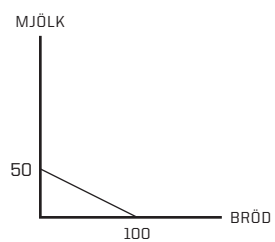


FIGUR 11.1 A-D EN PRODUKTIONSMÖJLIGHETSKURVA FÖR TVÅ FÖRETAG OCH TVÅ VAROR: MJÖLK OCH BRÖD

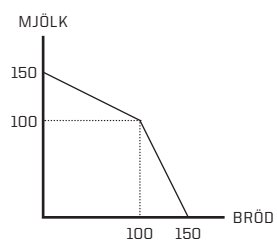
a) Företag A



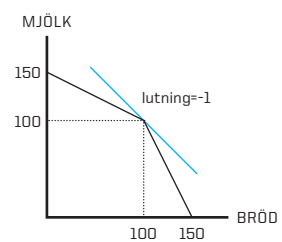
b) Företag B



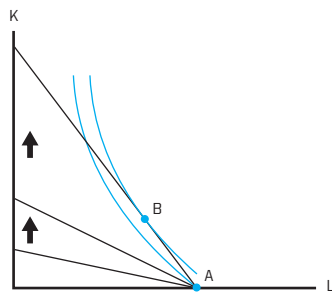
c) Företag A+B



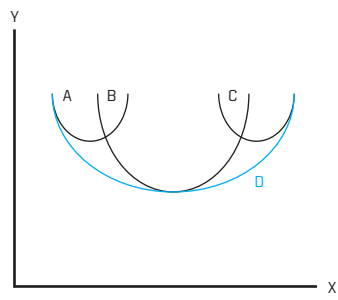
d) Företag A+B



FIGUR 10.7 HUR PÅVERKAR BILLIGARE KAPITAL JORDBRUKSPRODUKTIONEN I ETT UTVECKLINGSLAND?

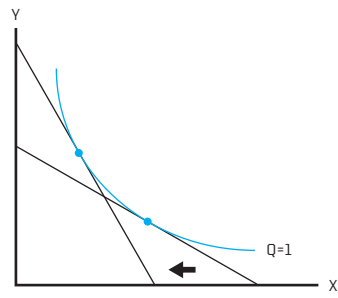


FIGUR 10.6 PRINCIPSKISS ÖVER GENOMSNITTSKOSTNADER I EN LITEN BILFABRIK (A), MEDELSTOR FABRIK MED LÖPANDE BAND (B) OCH ENORM FABRIK MED LÖPANDE BAND (C).



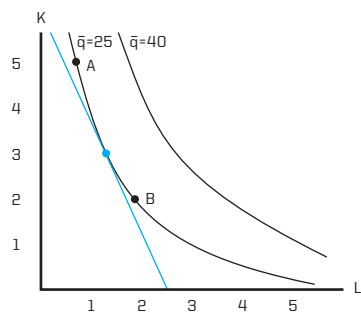
Y - GENOMSNITTSKOSTNAD  
X - PRODUKTION

FIGUR 10.5 DET BILLIGASTE SÄTTET ATT  
PRODUCERA EN ANIMERAD FILM VID OLIKA  
PRISER PÅ ARBETE OCH KAPITAL

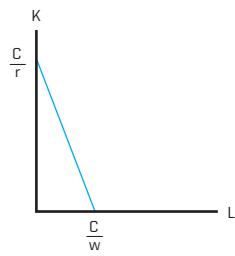


Y - DATORER  
X - TECKNARE

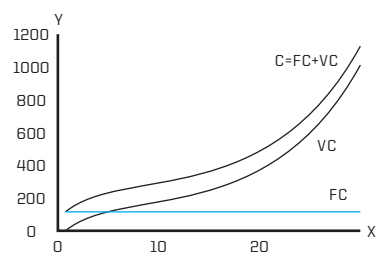
FIGUR 10.4 GRAFISK LÖSNING AV KÖSTNADS-  
MINIMERING GENOM ATT RITA IN EN ISOKÖST-  
NADSLINJE I FIGUR 9.2



FIGUR 10.3 ISOKOSTNADSLINJEN

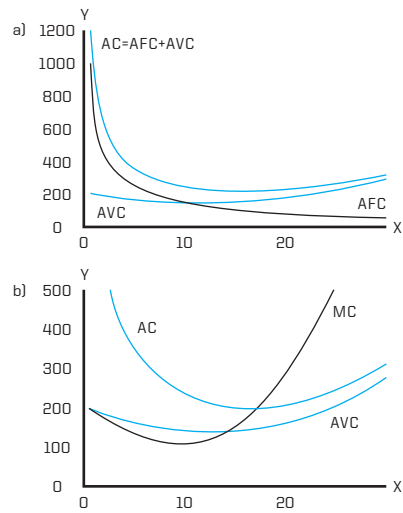


FIGUR 10.2 TOTALA KOSTNADER (C), FASTA KOSTNADER (FC) OCH RÖRLIGA KOSTNADER (VC)



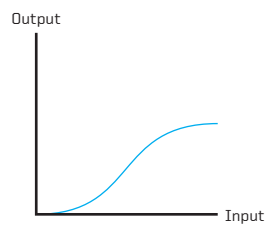
Y - KOSTNAD I KRONOR  
X - KVANTITET I KILO BRÖD PER MÅNAD

FIGUR 10.1 KOSTNADSKURVOR SOM VISAR GENOMSNITTSKOSTNAD, GENOMSNITTLIG RÖRLIG KOSTNAD, GENOMSNITTLIG FAST KOSTNAD PER PRODUCERAD ENHET, SAMT MARGINALKOSTNADEN

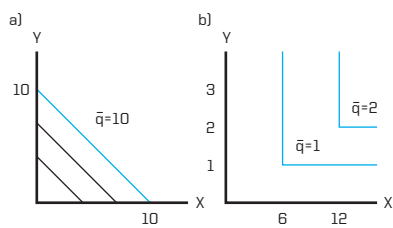


a) b)  
 Y - KOSTNAD I KRONOR  
 X - KVANTITET I KILO BRÖD PER MÅNAD

FIGUR 9.4 MÄNGDEN SKÖRD (OUTPUT) SOM  
FUNKTION AV MÄNGDEN UTSÄDE (INPUT)



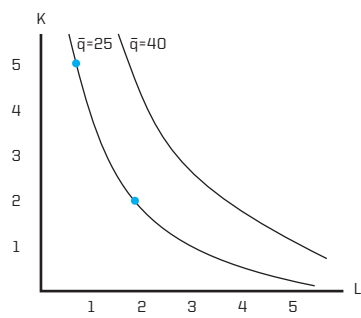
FIGUR 9.3 ISOKVANTER FÖR PRODUKTIONSFAKTORER SOM ÄR A) PERFEKTA SUBSTITUT, B) PERFEKTA KOMPLEMENT



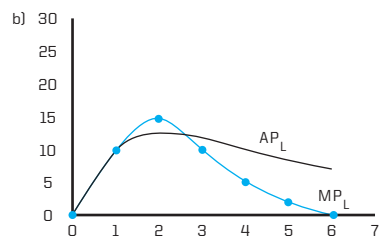
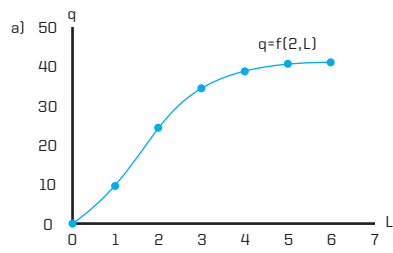
a)  
Y - SKÅNSKT MJÖL  
X - HALLÄNSKT MJÖL

b)  
Y - VERMOUTH  
X - GIN

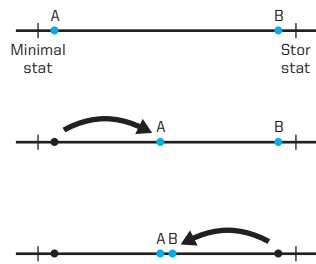
FIGUR 9.2 ISOKVANTER VID PRODUKTION  
MED TVÅ RÖRLIGA INSATSVAROR



FIGUR 9.1 PRODUKTION MED EN VARIERANDE  
INSATSVARA (ARBETE)



FIGUR 8.4 MEDIANVÄLJARTEOREMET



FIGUR 8.3 ETT SAMARBETSSPEL MELLAN PERSONERNA ANN OCH BO SOM BÅDA VÄLJER MEL- LAN SAMARBETE OCH EGOISTISKT BETEENDE

		BO	
		SAMARBETE	KONFLIKT
ANN	SAMARBETE	Båda: R	Ann: S Bo: T
	KONFLIKT	Ann: T Bo: S	Båda: P

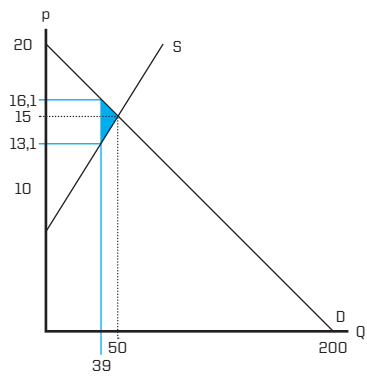
FIGUR 8.2 FÅNGARNAS DILEMMA MED DET  
NUMERISKA UTFALLET ANTAL ÅR I FÅNGELSE

		FÅNGE A	
		HÅLLA TYST	VITTNA
FÅNGE B	HÅLLA TYST	1 1	0 10
	VITTNA	10 0	2 2

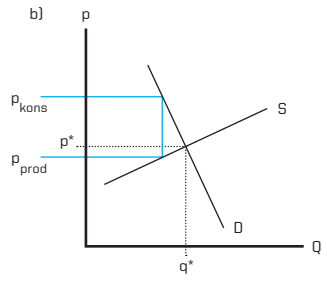
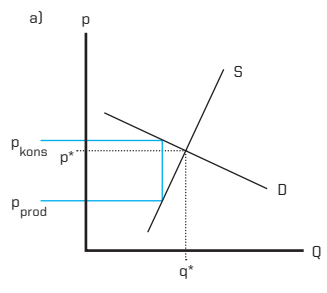
FIGUR 8.1 UTFALLSMATRIS NÄR TVÅ BYAR SKA  
SAMSAS OM SAMMA ÅKERMARK

		BORYDS VAL	
		SAMARBETE	VÄLD
HOLMAHULTS VAL	SAMARBETE	Bra för båda	Jättebra för Boryd, uselt för Holmahult.
	VÄLD	Jättebra för Holmahult uselt för Boryd.	Dåligt för båda

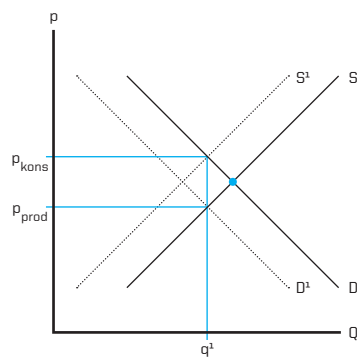
FIGUR 7.4 ATT BERÄKNA SKATTEINTÄKTER  
OCH EFFEKTIVITETSFÖRLUST AV EN STYCKSKATT  
PÅ 3 KRONOR.



FIGUR 7.3 HUR SKATTEINCIDENS BEROR PÅ  
UTBUDSKURVANS OCH EFTERFRÅGEKURVANS  
LUTNING

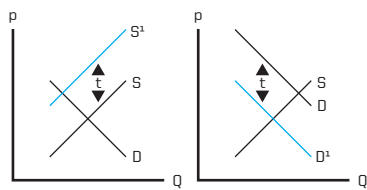


FIGUR 7.2 EFFEKTEN AV EN SKATT I JÄMVIKT  
ÄR OBEROENDE AV VEM SOM FORMELLT SETT  
BETALAR SKATTEN

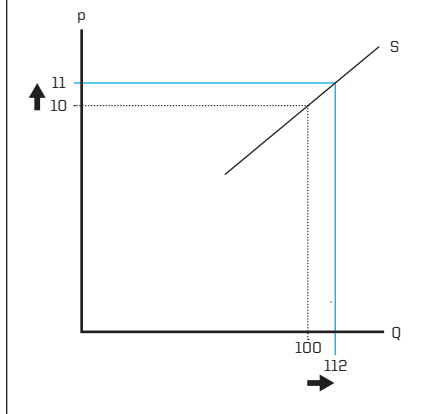


• - MARKNADSJÄMVIKT UTAN SKATT

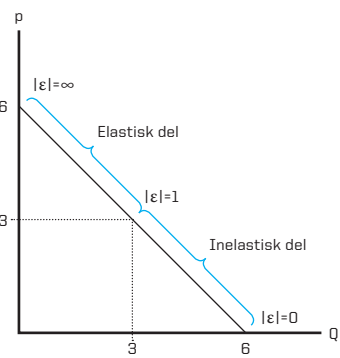
FIGUR 7.1 EFFEKTEN AV ATT LÄGGA EN STYCKSKATT SOM PRODUCENTER (TILL VÄNSTER) ELLER KONSUMENTER (TILL HÖGER) BETALAR



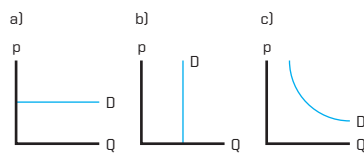
FIGUR 6.3 ATT TOLKA EN UTBUDELASTICITET



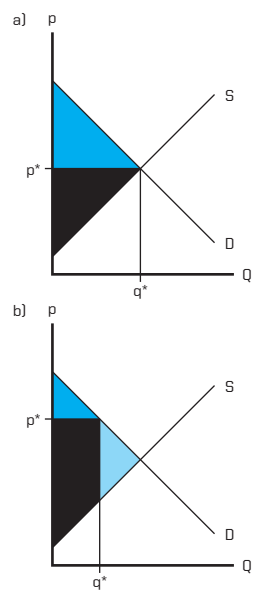
FIGUR 6.2 ABSLUTVÄRDET AV ELASTICITETEN  
LÄNGS EN LINJÄR EFTERFRÅGEKURVA



FIGUR 6.1 FULLSTÄNDIGT ELASTISK (A), FULLSTÄNDIGT OELASTISK (B) OCH ENHETSELASTISK (C) EFTERFRÅGEKURVA

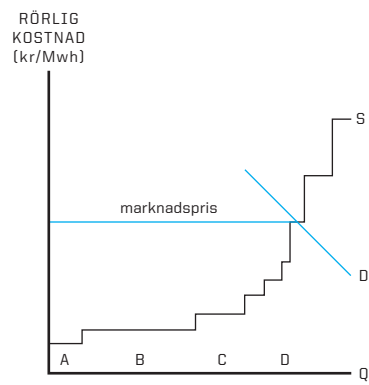


FIGUR 5.6 KONSUMENTÖVERSKOTT OCH  
PRODUCENTÖVERSKOTT PÅ MARKNAD MED (A)  
OCH UTAN (B) KVANTITETSREGLERING

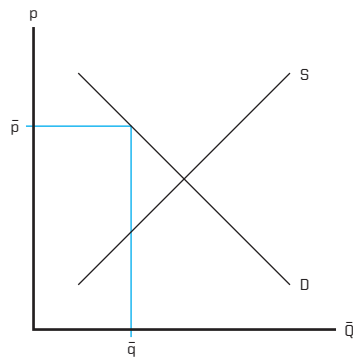


- - KONSUMENTÖVERSKOTT
- - PRODUCENTÖVERSKOTT
- - SAMHÄLLSEKONOMISK FÖRLUST

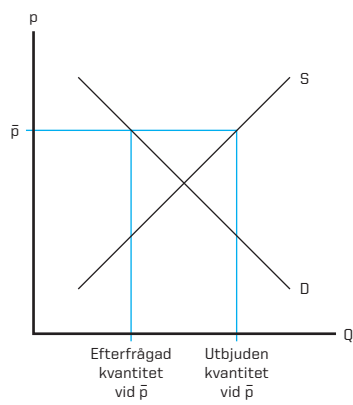
FIGUR 5.5 PRINCIPSKISS AV DEN NORDISKA ELMARKNADEN



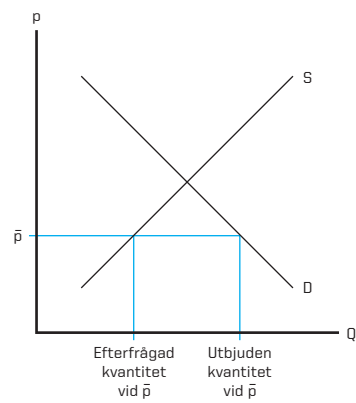
FIGUR 5.4 HUR EN KVANTITETSREGLERING  
SKAPAR KNAPPHET OCH HÖJER PRISET



FIGUR 5.3 HUR ETT MINIMIPRIS SKAPAR ÖVERSKOTTSTBUD

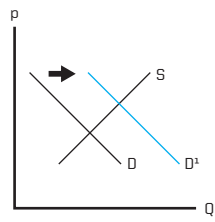


FIGUR 5.2 HUR ETT PRISTAK SKAPAR ÖVERSKOTTSEFTERFRÅGAN

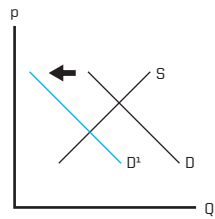


FIGUR 5.1 HUR MARKNADSJÄMVIKTEN PÅVERKAS AV SKIFT I UTBUD OCH EFTERFRÅGAN

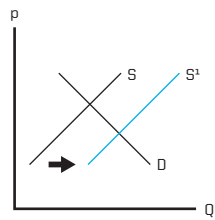
a) Positiv efterfrågechock



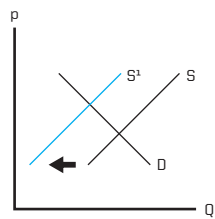
b) Negativ efterfrågechock



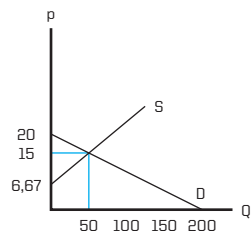
c) Positiv utbudsschock



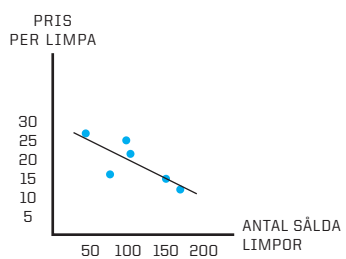
d) Negativ utbudsschock



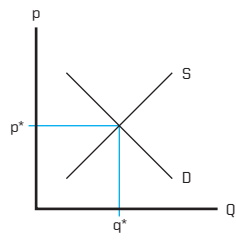
FIGUR 4.5 BERÄKNING AV MARKNADSJÄMVIKT



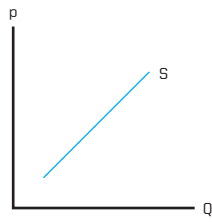
FIGUR 4.4 ATT ANPASSA EN EFTERFRÅGEKURVA  
TILL EMPIRISKA OBSERVATIONER



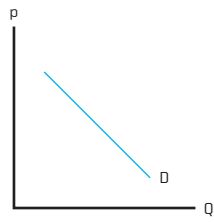
FIGUR 4.3 MARKNAD I JÄMVIKT



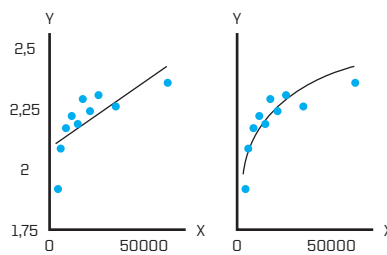
FIGUR 4.2 UTBUDSKURVAN



FIGUR 4.1 EFTERFRÅGEKURVAN

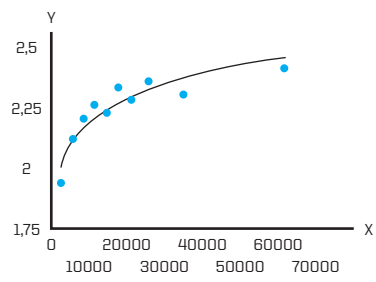


FIGUR 3.3 LINJÄRT (TILL VÄNSTER) OCH LOGARITMISKT (TILL HÖGER) SAMBAND MELLAN INKOMST OCH SJÄLVUPPLEVD LYCKA



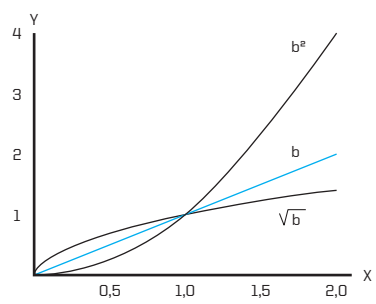
Y - SJÄLVSKATTAD LYCKA, SKALA 1-3  
X - ÅRSINKOMST (USA-DOLLAR I 1996 ÅRS  
PENNINGVÄRDE)

FIGUR 3.2 SAMBANDET MELLAN LYCKA OCH INKOMST I USA PÅ 1990-TALET



Y - SJÄLVSKATTAD LYCKA, SKALA 1-3  
X - ÅRSINKOMST (USA-DOLLAR I 1996 ÅRS PENNINGVÄRDE)

FIGUR 3.1 TRE OLIKA SAMBAND MELLAN  
NYTTA OCH BRÖDKONSUMTION



Y - NYTTA (U)  
X - ANTAL BRÖDLIMPOR PER MÅNAD (b)

TABELL 18.1 OLIKA SÄTT ATT HANTERA  
ASYMMETRISK INFORMATION

MARKNADSMEKANISMER	POLITISKA ÅTGÄRDER
Varumärken	Krav på tydlig prismärkning
Frivillig certifiering	Krav på varudeklaration
Rykte	Obligatorisk certifiering
Signalering	Minimikrav på kvalitet

TABELL 16.1 EGENSKAPER HOS TRE OLIKA METODER FÖR SÅNKTA UTSLÄPP

	KVANTITETSREGLERING	MILJÖSKATT	HANDLINGSBAR UTSLÄPPSRÄTT
MÖJLIGGÖR ÖVRE GRÄNS SOM UTSLÄPPEN INTE FÅR ÖVERSKRIDA	Ja	Nej	Ja
GER ALLTID INCITAMENT FÖR PRODUCENTERNA ATT MINSKA SINA UTSLÄPP	Nej, det räcker att producenten ligger under gränsen.	Ja, miljöskatten höjer marginalkostnaden för alla utsläpp.	Ja, företag som sänker sina utsläpp vinner på detta genom att sälja sina utsläppsrätter.
GÖR ATT UTSLÄPPSMINSKNINGEN FÖRDELAS KOSTNADSEFFEKTIVT	I regel inte: Regleraren känner inte till varje enskild producents kostnader.	Ja	Ja
GER INTÄKTER TILL STATEN	Nej	Ja	Ja, om utsläppsrätterna auktioneras ut, annars inte.

TABELL 14.2 ÖKNING AV KONSUMENTPRIS-  
INDEX FÖR OLIKA VARUGRUPPER 1997-2007  
ENLIGT SCB

POST OCH TELEFONI	- 27
FRITID	- 5
MÖBLER	1,3
KLÄDER OCH SKOR	8,5
LIVSMEDEL	11
ALKOHOL OCH TOBAK	14
BOENDE	19
TRANSPORT	21
UTEMAT OCH LOGI	30
DIVERSE	40
HÄLSOVÅRD	52
KPI TOTALT	13

TABELL 14.1 HUR LÄNGE MÅSTE MAN ARBETA  
TILL EN GENOMSNIITSLÖN FÖR ATT HA RÅD  
MED EN HAMBURGARE ELLER ETT KILO BRÖD I  
OLIKA STÄDER?<sup>26</sup>

STAD	ARBETSTID (MIN) FÖR BIG MAC	ARBETSTID (MIN) FÖR ETT KG BRÖD
CHICAGO	12	22
KÖPENHAMN	17	12
STOCKHOLM	20	25
MOSKVA	21	10
JOHANNESBURG	26	12
MUMBAI	61	17
NAIROBI	158	39
OSLO	21	15
BANGKOK	45	43

TABELL 13.1 FYRA INSTITUTIONELLA NIVÅER ENLIGT OLIVER WILLIAMSON

	UNGEFÄRLIG TID FÖR FÖRÄNDRING	EXEMPEL PÅ FORSKNINGSFRÅGOR
1. LÅNGSIKTIGA INFORMELLA INSTITUTIONER	Hundratals år	Hur uppstår religioner, traditioner och andra trögröriga sociala normer? Vilka konsekvenser har dessa?
2. FORMELLA INSTITUTIONER	Tiotal år	Vad blir konsekvensen av olika typer av konstitutioner och rättsliga arrangemang?
3. STYRNING OCH ORGANISATION (ENG. GOVERNANCE)	Några år	Vad avgör företags och andra organisationers storlek? Varför består marknaden inte bara av enmansföretag som handlar med varandra?
4. RESURSALLOKERING	Oftast marginell på kort sikt, längre på lång sikt	Hur vinstmaximerar företag vid fullständig konkurrens och andra marknadsformer?

TABELL 11.1 ENKELT EXEMPEL PÅ INTÄKTER, KOST-  
NADER OCH VINST FÖR ETT MONOPOLFÖRETAG.

Q	P	R	$\Delta R$	C	$\Delta C$	VINST
0	11	0		5		-5
1	10	10	10	6	1	4
2	9	18	8	9	3	9
3	8	24	6	14	5	10
4	7	28	4	21	7	7
5	6	30	2	30	9	0
6	5	30	0	41	11	-11
7	4	28	-2	54	13	-26
8	3	24	-4	69	15	-45

TABELL 10.1 KOMBINATIONER AV ARBETE OCH KAPITAL SOM KOSTAR 900 KRONOR

L	K	wL	rK	TOTAL KOSTNAD(C)
0	9	0	900	900
1	6	300	600	900
2	3	600	300	900
3	0	900	0	900

TABELL 9.2 PRODUKTION MED TVÅ RÖRLIGA  
INSATSVAROR

KAPITAL/ARBETE	1	2	3	4	5
1	5	20	30	35	37
2	10	25	35	40	42
3	15	30	40	45	47
4	20	35	45	50	52
5	25	40	50	55	57

TABELL 9.1 PRODUKTIONSTABELL FÖR BRÖDPRODUKTION PÅ KORT SIKT

	KAPITAL (ANTAL USNAR)	ARBETE (ANTAL ANSTÄLLDA)	OUTPUT (ANTAL LIMPOR PER TIMME)	ARBETSKRAFTENS MARGINALPRODUKT	ARBETSKRAFTENS GENOMSNITTSPRODUKT
2	0	0	0	-	-
2	1	10	10	10	10,0
2	2	25	25	15	12,5
2	3	35	35	10	11,7
2	4	40	40	5	10,0
2	5	42	42	2	8,4
2	6	42	42	0	7,0

TABELL 7.1 BERÄKNING AV VÄLFÄRDSFÖRLUST AV SKATTEN I FIGUR 7.4

VÄLFÄRDSDEL	MEG SKATT <sup>1,6</sup>	UTAN SKATT <sup>1,4</sup>	FÖRÄNDRING
KONSUMENTÖVERSKOTT	125	75	-50
PRODUCENTÖVERSKOTT	208	125	-83
SKATTEINTÄKTER	0	116	116
TOTAL VÄLFÄRD (SUMMA AV DE TRE OVANSTÄENDE)	333	316	-17

TABELL 6.1 BERÄKNING AV EFTERFRÅGANS PRISELASTICITET (ABSOLUTVÄRDE)  
LÅNGS DEN LINJÄRA EFTERFRÅGEKURVAN  $P = 6 - Q$

PRISSÄNKNING	PRISSÄNKNING I %	KVANTITETSÖKNING I %	ELASTICITET
6 till 5	$(6-5)/6=16,7\%$	$(1-0)/\infty$ (oändlig)	Oändlig
5 till 4	$(5-4)/5=20\%$	$(2-1)/1=100\%$	5
4 till 3	$(4-3)/4=25\%$	$(3-2)/2=50\%$	2
3 till 2	$(3-2)/3=33,3\%$	$(4-3)/3=33,3\%$	1
2 till 1	$(2-1)/2=50\%$	$(5-4)/4=25\%$	0,5
1 till 0	$(1-0)/1=100\%$	$(6-5)/5=20\%$	0,2

TABELL 4.1

MÅNAD	PRIS PER LIMPA	ANTAL SÅLDA LIMPOR
JAN	15	150
FEB	22	103
MARS	27	42
APRIL	12	170
MAJ	25	97
JUNI	16	77

TABELL 3.1 SAMBANDET MELLAN INKOMST  
OCH LYCKA I USA

DECIL	ÅRSINKOMST I DOLLAR	LYCKA
1	2586	1.92
2	5867	2.09
3	8634	2.17
4	11 533	2.22
5	14 763	2.19
6	17 666	2.29
7	21 128	2.24
8	25 745	2.31
9	34 688	2.26
10	61 836	2.36

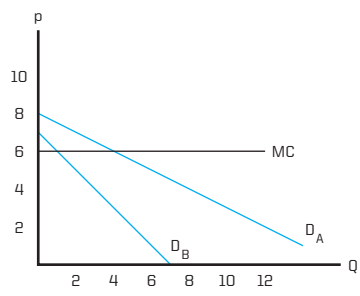
TABELL 1.1 ANTAL OLIKA VARIANTER AV BRÖD, TANDKRÄM OCH MJÖLK I TRE SVENSKA LIVSMEDELSBUTIKER

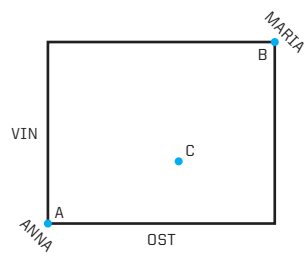
	MUKT BRÖD		BUTIKSBAKAT BRÖD		TOTALT BRÖD	TANDKRÄM	MJÖLK
	MUKT BRÖD	HÄRT BRÖD	MUKT BRÖD	HÄRT BRÖD			
COOP KONSUM	92	54	24		170	40	12
LIDL	34	15	0		49	2	8
ICA	75	63	22		160	34	9

INFORMATION HÄMTAD SOMMAREN 2008 FRÅN  
 COOP KONSUM, SVEAVÄGEN 70, STOCKHOLM  
 LIDL, SVEAVÄGEN 59, STOCKHOLM  
 ICA SUPERMARKET BARONEN, ODENGATAN 40,  
 STOCKHOLM

	INDIVID 1	INDIVID 2	INDIVID 3	SUMMA
FÖRDELNING A	10	10	10	30
FÖRDELNING B	0	0	35	35
FÖRDELNING C	8	12	14	34

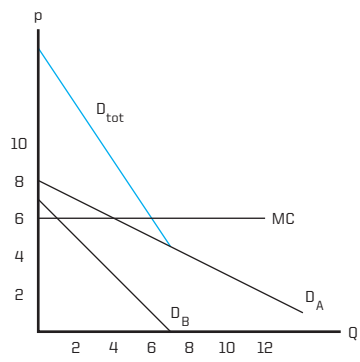
DAG	INKOMST
1	120
2	120
3	120
4	120
5	20
6	120
7	120
8	120
9	20
10	120

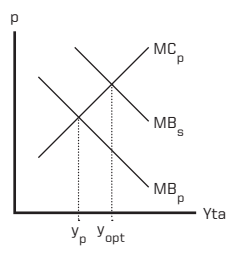


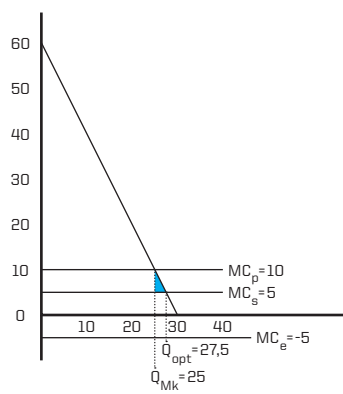


		FÖRETAG A	
		SAMARBETA	LÄMNA KARTELLEN
FÖRETAG B	SAMARBETA	500 000	700 000
		500 000	200 000
	LÄMNA KARTELLEN	200 000	220 000
		700 000	220 000

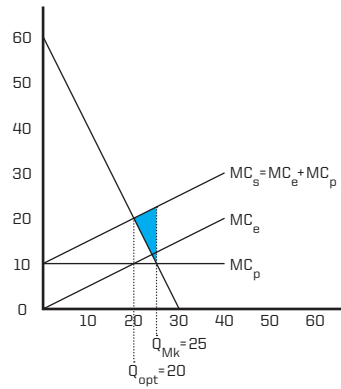
ARBETE	OUTPUT	GENOMSNIITTS- PRODUKT	MARGINAL- PRODUKT
0	0		
1	5		
2	9		
3	12		
4	14		
5	15		



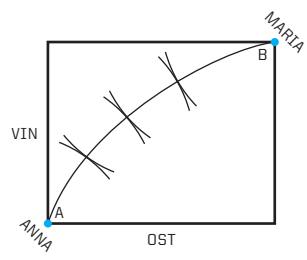


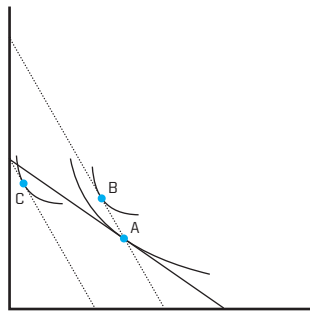


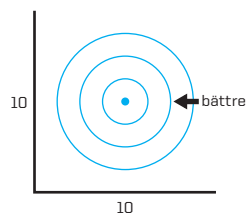
■ - EFFEKTIVITETSFÖRLUST



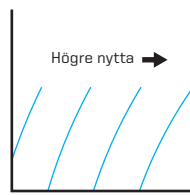
■ - EFFEKTIVITETSFÖRLUST:  $\frac{(22,5-10) \cdot 5}{2} = 31,25$





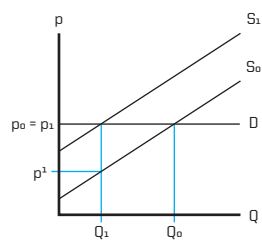


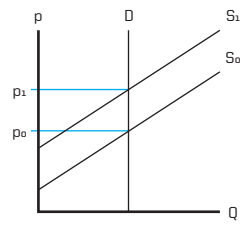
Y - VARA Y  
X - VARA X

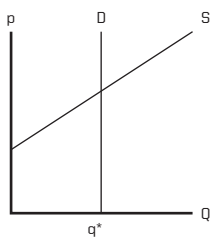


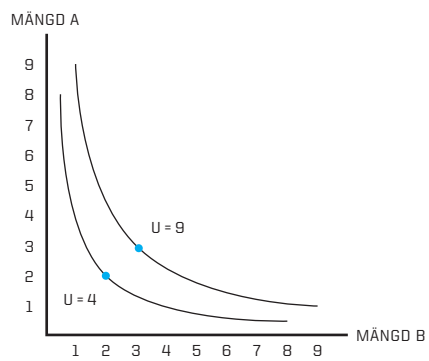
Y - SMÖR  
X - BRÖD

ARBETE	OUTPUT	GENOMSNIITTS- PRODUKT	MARGINAL- PRODUKT
0	0	0	-
1	5	5	5
2	9	4,5	4
3	12	4	3
4	14	3,5	2
5	15	3	1









NYTTOFUNKTION:  $U = A \cdot B$

BRANSCH	LERNERINDEX
KAFFEROSTNING	0,04
GUMMI	0,05
TEXTILIER	0,07
BENSIN	0,10
VANLIGA BILAR	0,10
LYXBILAR	0,34
LIVSMEDEL	0,50
TOBAK	0,65

KAFFEETERFRÅGANS  
PRISELASTICITET I FYRA LÄNDER<sup>11</sup>

FINLAND	0,32
SVERIGE	0,26
DANMARK	0,22
SPANIEN	0,15

