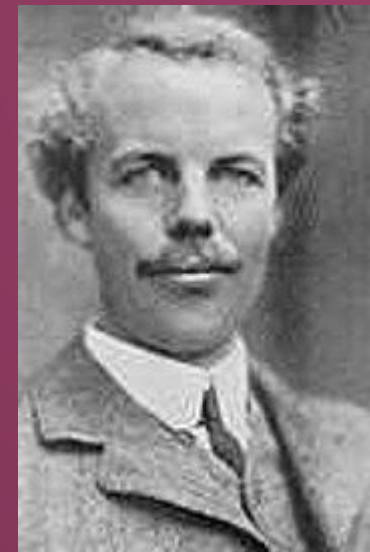


**ЦЕНОВАЯ  
ДИСКРИМИНАЦИЯ  
ВТОРОЙ СТЕПЕНИ**

**ПОДГОТОВИЛА ВАСИЛЬЕВА  
СВЕТЛАНА 2 КУРС**

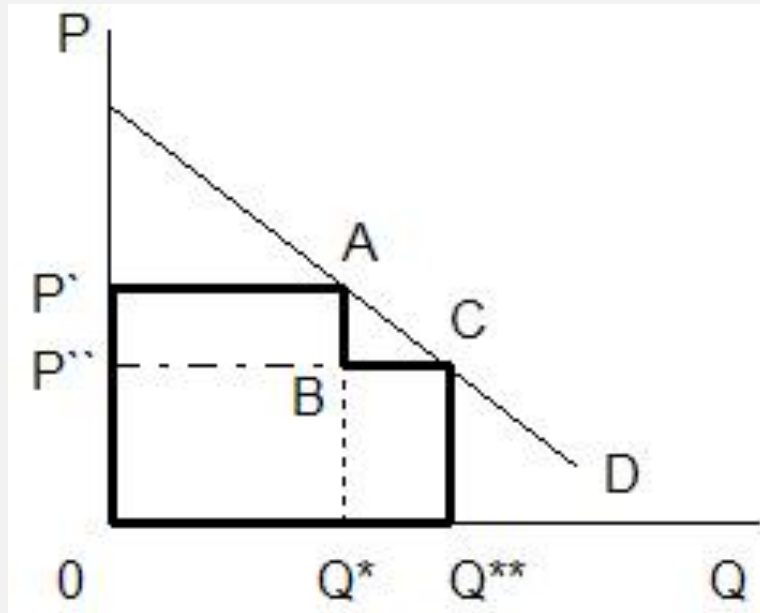
- Ценовая дискриминация – это одна из технологий, суть которой заключается в формировании разной стоимости одних и тех же товаров или услуг для различных сегментов потребителей.



Первые понятие ценовой дискриминации в экономическую теорию ввел английский экономист А. Пигу (1920). Он же предложил различать три ее вида, или степени.



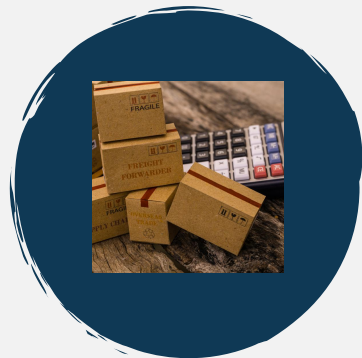
Ценовая дискриминация второй степени (дискриминация по объёму потребления) — реализация одного и того же товара или услуги по разным ценам в зависимости от объёмов потребления.



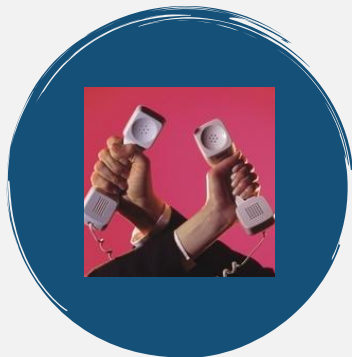
- Связь между объемом продаж и общими доходами монополиста носит нелинейный характер.
- Предположим, что монополист устанавливает две цены: при объеме от 0 до  $Q^*$  цена  $P'$ , при объеме от  $Q^*$  до  $Q^{**}$  цена  $P''$ .
- Если бы монополист устанавливал единую цену, например  $P'$ , то его совокупный доход равнялся бы произведению соответствующего объема и цены ( $TR = P'Q^*$ ). При осуществлении нелинейного ценообразования доход увеличивается и становится равен площади фигуры  $OP'AVCSQ^{**}$ .
- Чем более дифференцирована цена продукции, тем в большей степени данная ценовая дискриминация приближается к совершенной.



Простой тариф



Блочный тариф



Двойные тарифы



Установление минимального объема покупки

Есть несколько разновидностей ценовой дискриминации второй степени.



- Ценовая дискриминация второй степени может также использоваться в тех случаях, когда фирма не обладает всей полнотой информации о предпочтениях потребителей.
- Схема "самоотбора" – такое сочетание цены и количества или цены и качества товара, которое позволило бы потребителям самоопределиться в своих предпочтениях и лишило бы стимула скрывать их.

# Примеры ценовой дискриминации второй степени

## Некумулятивные скидки



## Кумулятивные скидки



## Ценовая дискриминация во времени



**СПАСИБО ЗА  
ВНИМАНИЕ!**