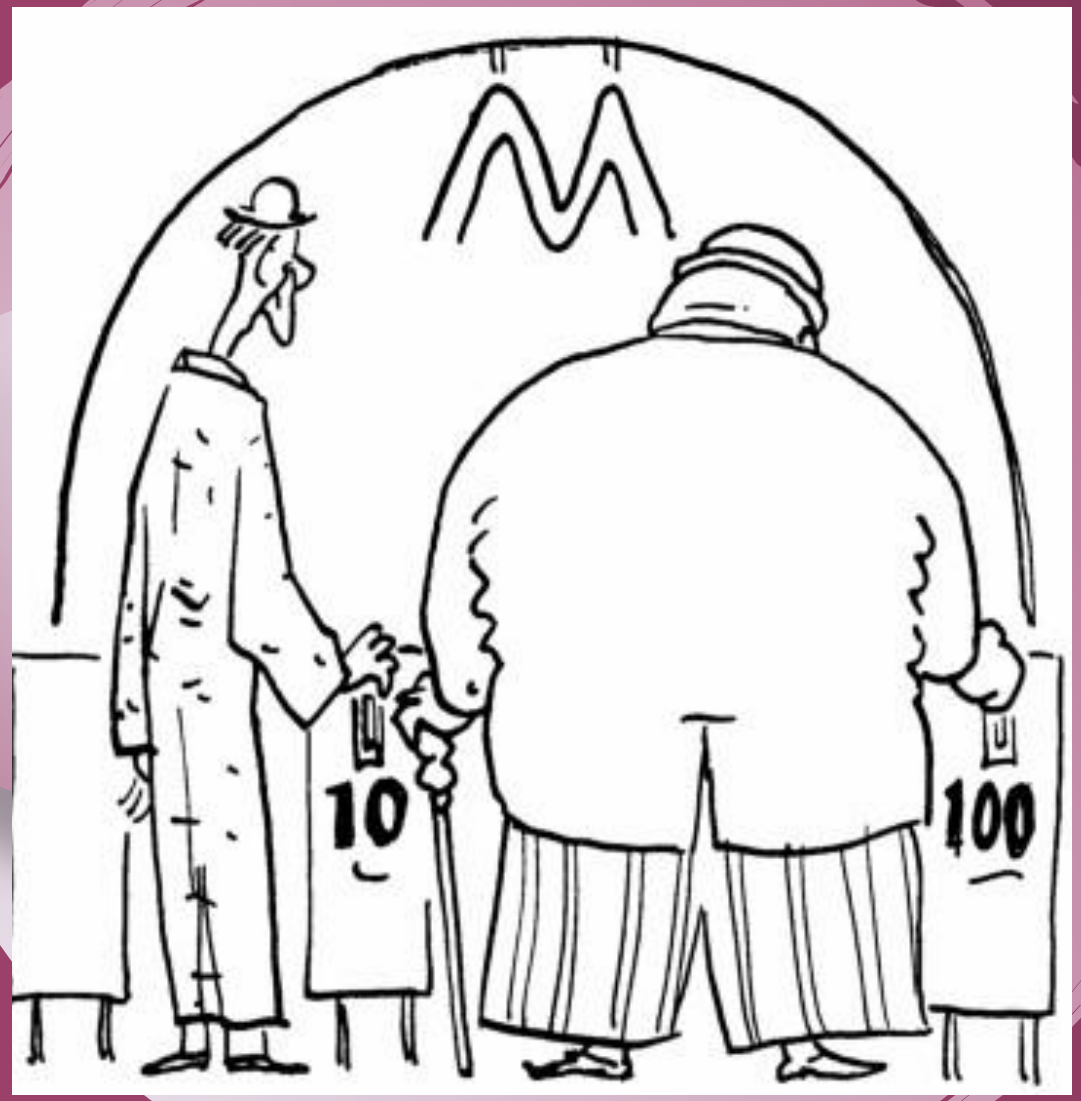


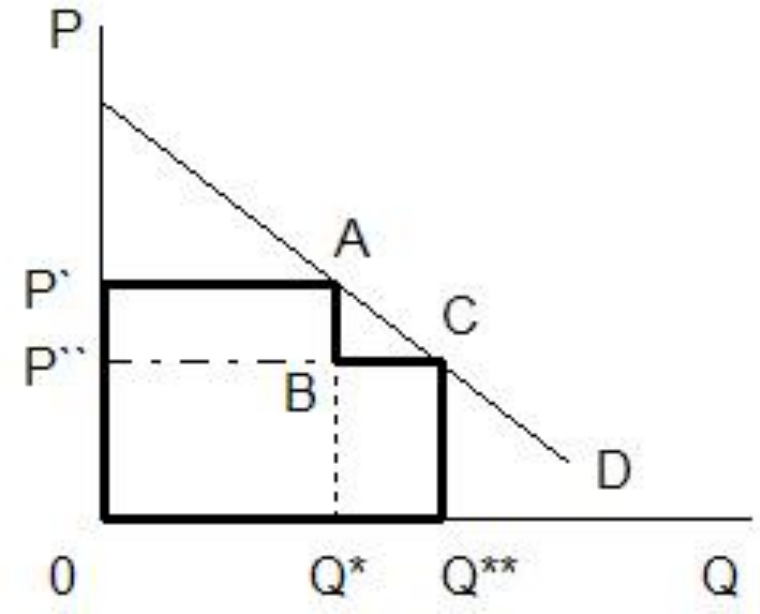
ЦЕНОВАЯ ДИСКРИМИНАЦИЯ ВТОРОЙ СТЕПЕНИ

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.

Впервые 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 0P'ABCQ**.
- 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!