

Kapittel 12: Ufullkommen konkurranse: Prisdiskriminering

Oppdatert: 2023-03-31

Prisdiskriminering

Istedenfor samme pris fra alle konsumenter. er det mulig å tenke seg at man kan ta ulik pris fra forskjellige konsumenter.

- Vi har *prisdiskriminering* i et marked når en produsent har en fordel (dvs. kan få økt sin fortjeneste) ved å ta ulik pris til forskjellige etterspørrere.

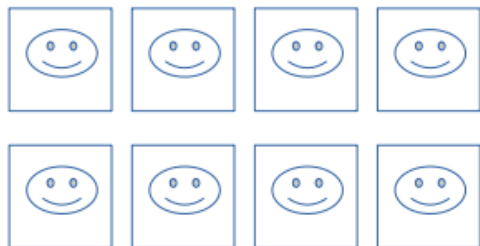
Betingelser som må være oppfylt for å kunne utføre prisdiskriminering i et marked:

- Forskjellige etterspørrere (eller gruppe av etterspørre) må ha ulik marginal betalingsvillighet (MBV).
- Produsentene må mulighet til å *skille* de forskjellige etterspørrere fra hverandre.
- Videresalg mellom gruppene (dvs. fra konsumenter til konsumenter) er ikke mulig, alternativt kostbart å utføre.

Førstegrads prisdiskriminering

- Produsentene selger enhetene til forskjellige konsumenter til ulik pris. Prisen hver enkelt konsument betaler er nøyaktig lik det som konsumenten maksimalt er villig til å betale.
- Det innebærer at konsumentoverskuddet er lik null, mens produsenten sitter igjen med et produsentoverskudd som nøyaktig lik det samfunnsøkonomiske overskuddet.

Sorteringsmekanisme: Individuelle sortering



Andregrads prisdiskriminering

- Konsumentene deler seg her inn i ulike grupper basert på *selvsortering*.
- Produsenten tilbyr en meny av kontrakter (eks. en kontrakt til de som kjøper lite kvanta, og en annen kontrakt til de som kjøper store kvanta) til de ulike konsumentgruppene.
- Et eksempel som er mye brukt i klesbutikker, er «ta tre betal for to». Konsumenter som kjøper flere enheter, får dermed samme gode til en lavere enhetspris enn dem som bare kjøper ett gode.

Sorteringsmekanisme: Selvsortering



Eks. Småkunder



Eks. Storkunder

Tredjegrads Prisdiskriminering

- Produsent selger ett gode til forskjellige priser ovenfor nærmest avgrensede konsumenter eller konsumentgrupper.
- Et typisk eksempel på tredjegrads prisdiskriminering kan være et busselskap som tar ulik pris fra forskjellige grupper (voksen-, barne-, student- og honnørpriser).

Sorteringsmekanisme: Separering



- Som vist i diagrammet nedenfor, konsumenten vil her oppnå større produsentoverskudd som monopolist ved avgrensning enn dersom en bare forholdt seg til én konsumentgruppe.

