



Næringsøkonomi og konkurransestrategi

Monopol og prisdiskriminering, PRN kap, 5.1 – 5.5

- *Lineær prising og tredje grads prisdiskriminering*
- *Velferdseffekter*

Prisdiskriminering

ulike priser til ulike kundesegmenter

Hvilke markedsbetingelser gjør prisdiskriminering mulig?

- ✓ Markedsmakt
- ✓ Ingen arbitrasjemuligheter (videresalg; eks.Finn.no)
- ✓ Informasjon knyttet til konsumenters betalingsvillighet



	May	Jun	Jul	Aug	Sep
Fly til Amsterdam (AMS) fra Oslo-Gardermoen (OSL) Nederland	299	199	199	199	199
Fly til Bangkok (BKK) fra Oslo-Gardermoen (OSL) Thailand	1 299	1 299	2 399	1 899	1 699
Fly til Barcelona (BCN) fra Oslo-Gardermoen (OSL) Spania	499	499	499	399	499
Fly til Beograd (BEG) fra Oslo-Gardermoen (OSL) Serbia	1 999	1 599	699	399	499
Fly til Bergen (BGO) fra Oslo-Gardermoen (OSL) Norge	499	349	349	349	349

Ulike former for prisdiskriminering

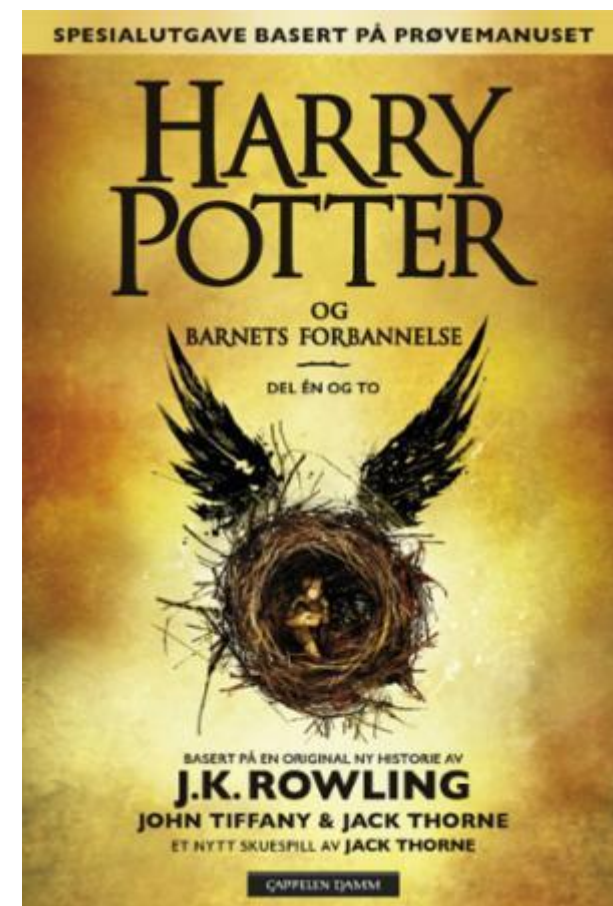
- 1. grads prisdiskriminering (perfekt prisdiskriminering)
 - Hver konsument betaler sin marginale betalingsvillighet
- 2. grads prisdiskriminering (Meny-prising)
 - Monopolisten kjenner til at noen kunder har høy betalingsvillighet og andre har lav betalingsvillighet, men vet ikke hvem som er hvem, og tilbyr derfor ulike produktpakker.
- 3. grads prisdiskriminering (Gruppe-prising)
 - Monopolisten diskriminerer mellom ulike segmentgrupper, basert på f.eks. alder eller andre observerbare karakteristika.

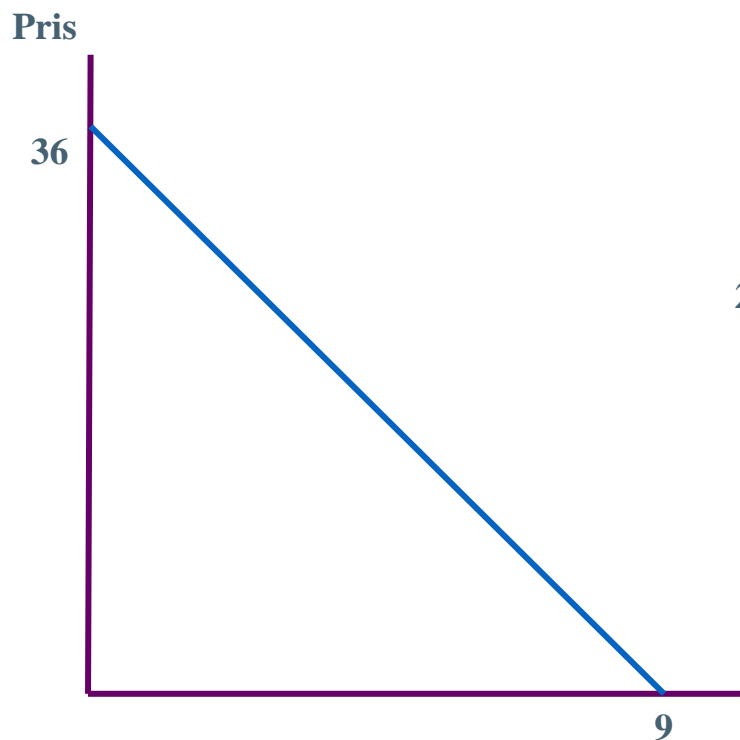
3. grads prisdiskriminering, kap. 5.3

Harry Potter's siste bok solgt i USA og i Europa

- Etterspørsel USA: $P_U = 36 - 4Q_U \longrightarrow Q_U = 9 - P/4$
- Etterspørsel Europa: $P_E = 24 - 4Q_E \longrightarrow Q_E = 6 - P/4$
- Aggregert etterspørsel $Q = Q_E + Q_U \longrightarrow Q = 15 - P/2$

- Konstant marginalkostnad i hvert marked: **MC** = 4





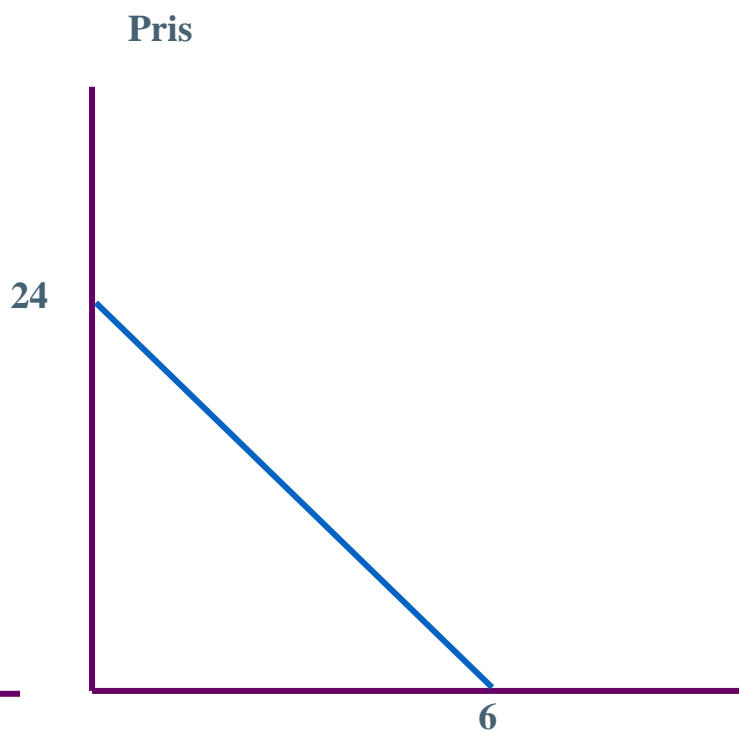
USA

Invers etterspørsel:

$$P_U = 36 - 4Q_U$$

Direkte etterspørsel:

$$Q_U = 9 - P/4$$



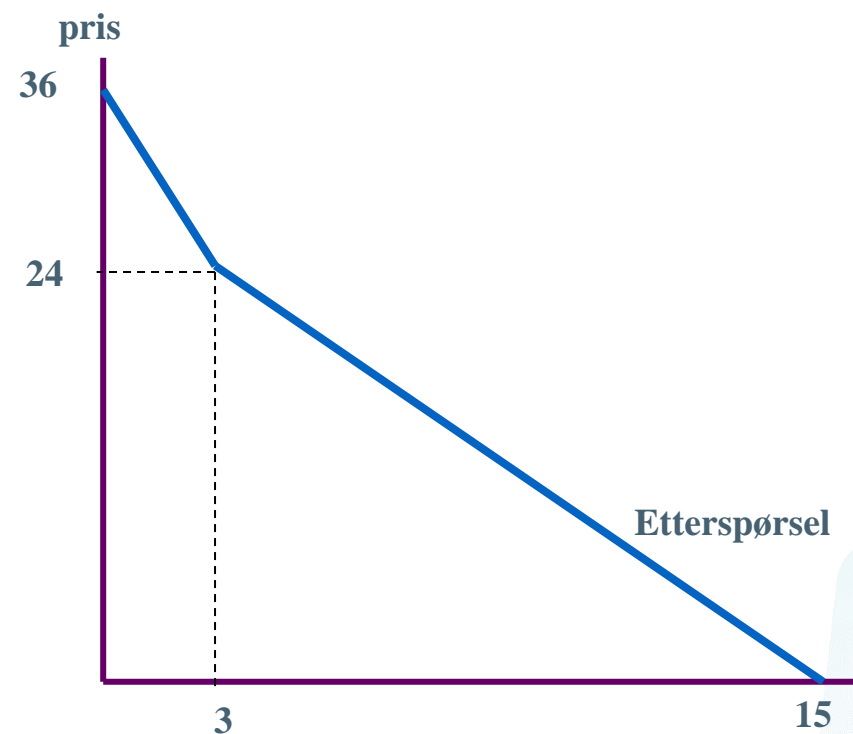
Europa

Invers etterspørsel:

$$P_E = 24 - 4Q_E$$

Direkte etterspørsel:

$$Q_E = 6 - P/4$$



Aggregert etterspørsel:

Sum direkte etterspørsel:

$$Q = Q_E + Q_U \longrightarrow Q = 15 - P/2$$

Invers etterspørsel:

$$P > 24 \quad P = 36 - 4Q$$

$$P < 24: \quad P = 30 - 2Q$$

1. Optimal tilpasning ved uniform prising

Aggregert etterspørsel:

$$P > 24: P = 36 - 4Q$$

$$P < 24: P = 30 - 2Q$$

$$MR = 36 - 8Q \text{ for } Q \leq 3 \text{ (} P=24 \text{)}$$

$$MR = 30 - 4Q \text{ for } Q > 3$$

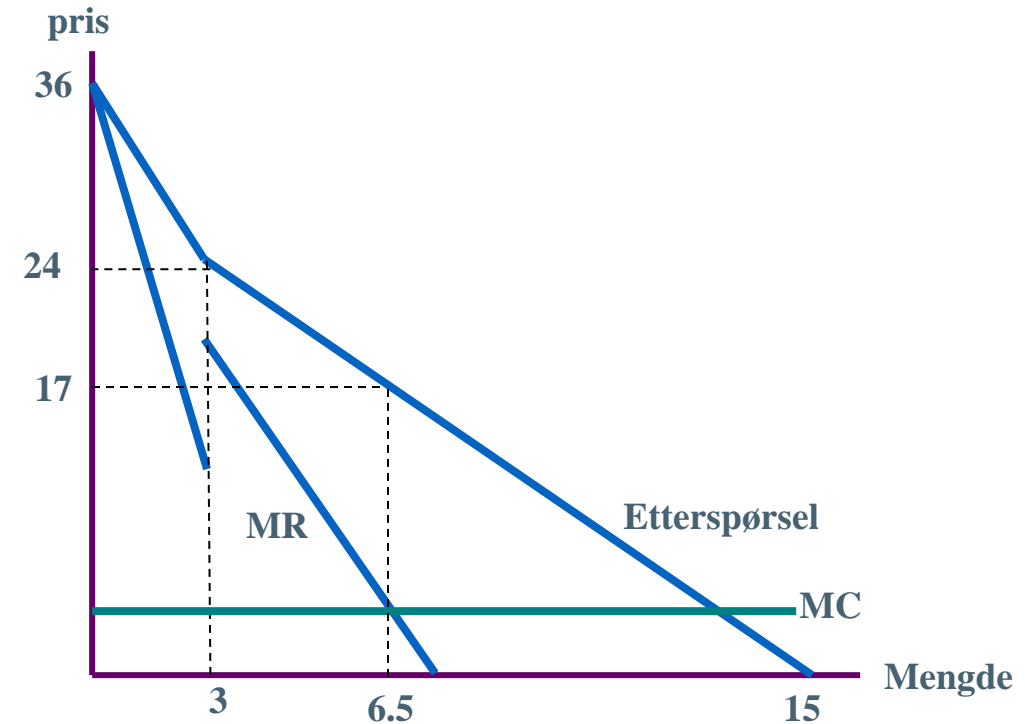
Optimal tilpasning der $MR = MC$

$$30 - 4Q = 4$$

$$Q = 13/2 = 6,5$$

$$P = 17$$

$$\pi = 84,5$$



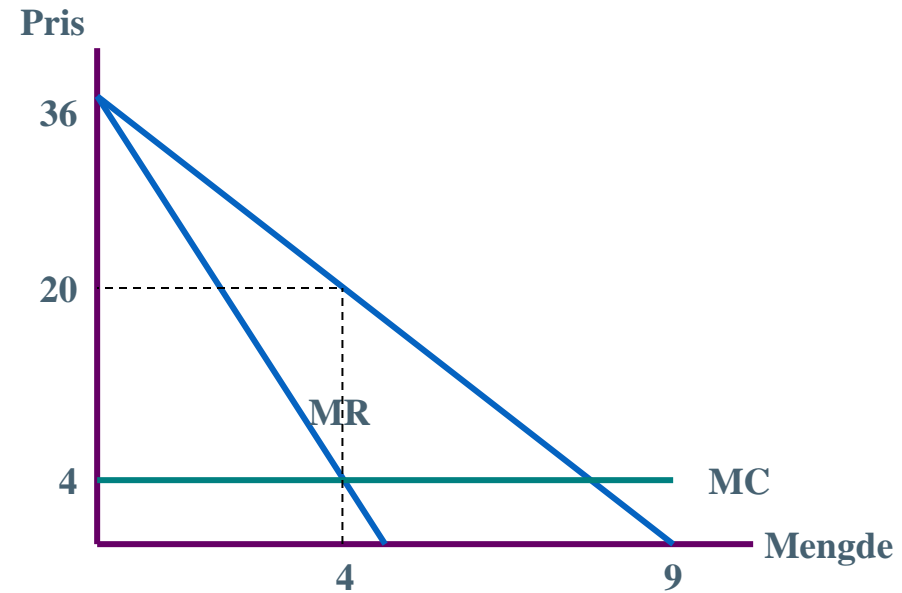
Salg i USA og Europa ved uniform prising

- Etterspørsel USA: $P_U = 36 - 4Q_U$ $MR = 36 - 8Q$
- $Pris = 17$ $Q_U = 4.75$ $MR = -2$

- Etterspørsel Europa: $P_E = 24 - 4Q_E$ $MR = 24 - 8Q$
- $Pris = 17$ $Q_E = 1.75$ $MR = 10$

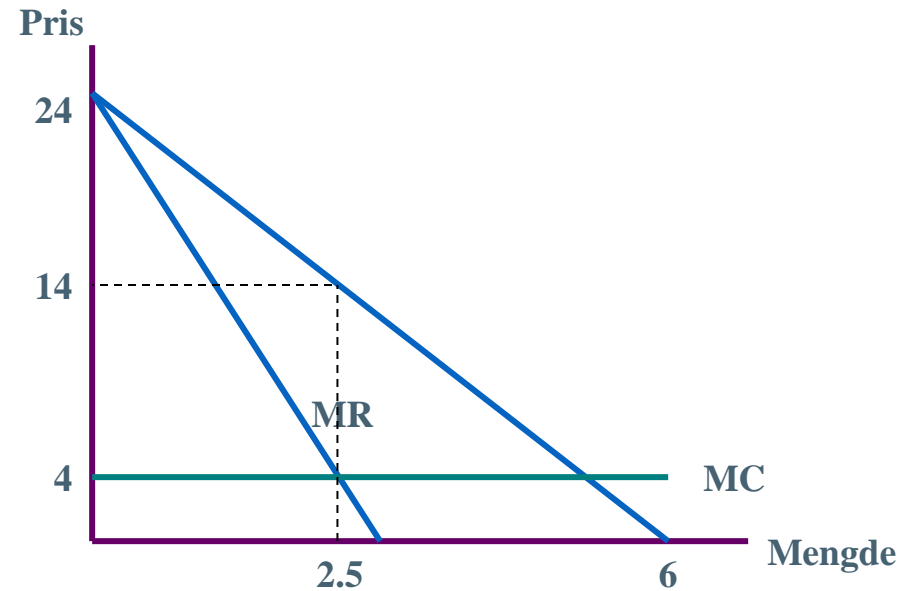
Prisdiskriminering

Optimal pris og mængde USA



Prisdiskriminering

Optimal pris og mængde Europa



Prisdiskriminering med ulike produktvarianter, kap 5.4



Flypriser for SAS fra
Tromsø - Oslo tur/retur
Januar 2023

SAS GO LIGHT ⓘ

- 1 x veske under sete (40x30x15 cm)

✎ Kan endres mot et gebyr

✕ Kan ikke refunderes

Opptjen: **100** poeng

2 229,- /voksen

SAS PLUS PRO ⓘ

- 1 x veske under sete (40x30x15 cm)
- 1 x 8 kg håndbagasje (55x40x23 cm)
- 2 x 23 kg innsjekket bagasje
- Fast Track (hvis tilgjengelig) ⓘ
- Lounge (hvis tilgjengelig)
- Gratis setevaig
- Mat og drikke
- Gratis wifi (hvis tilgjengelig)

✎ Kan endres uten gebyr

🔄 Kan refunderes

Opptjen: **1 000** poeng



2 829,- /voksen

Prisdiskriminering med ulike produktvarianter, kap 5.4





Flypriser for SAS fra
Tromsø - Oslo tur/retur
Januar 2022

☐ **999,- /voksen** SAS GO SMART

 1 x 8 kg håndbagasje
 1 x 23 kg innsjekket bagasje
✓ Kan endres mot et gebyr + eventuell prisforskjell
✗ Kan ikke refunderes

Opptjen: **250** poeng Klasse: L

☐ **3 699,- /voksen** SAS PLUS FULL FLEX

 1 x 8 kg håndbagasje
 2 x 23 kg innsjekket bagasje
✓ Kan endres
✓ Kan refunderes

Opptjen: **1 000** poeng Klasse: C

I litteraturen om prisdiskriminering i sluttbrukermarkeder er det en generell forståelse at prisdiskriminering øker **velferd** dersom den fører til høyere totalkvantum produsert og flere forbrukere betjent

Oppgave



Tide busselskap har vunnet busskontrakten i Tromsø og har dermed monopol i dette markedet. Ledelsen i selskapet har gjennomført en markedsundersøkelse som viser at kundene kan deles opp i to grupper: studenter og andre. For studentene er etterspørsel etter bussreiser gitt ved $q_s = 100 - p_s$, og for den andre gruppen er etterspørselen $q_a = 75 - 0,5p_a$. Grensekostnaden til busselskapet av å ta med en ekstra passasjer er konstant og lik 5. Selskapet vurderer to strategier for prisfastsettelse: uniform prising hvor alle passasjerer betaler samme billettpris og diskriminerende prising hvor alle studenter betaler en pris og andre passasjerer en annen. Hvilket råd ville du gi busselskapet i dette eksempelet? Hvilke betingelser må være oppfylt for å ta den diskriminerende strategien i bruk?