

# ВИДЫ ЦЕНОВОЙ ДИСКРИМИНАЦ ИИ

Выполнили студенты МТиМЭО 1  
курс:

Востриков Александр

Николаев Иван

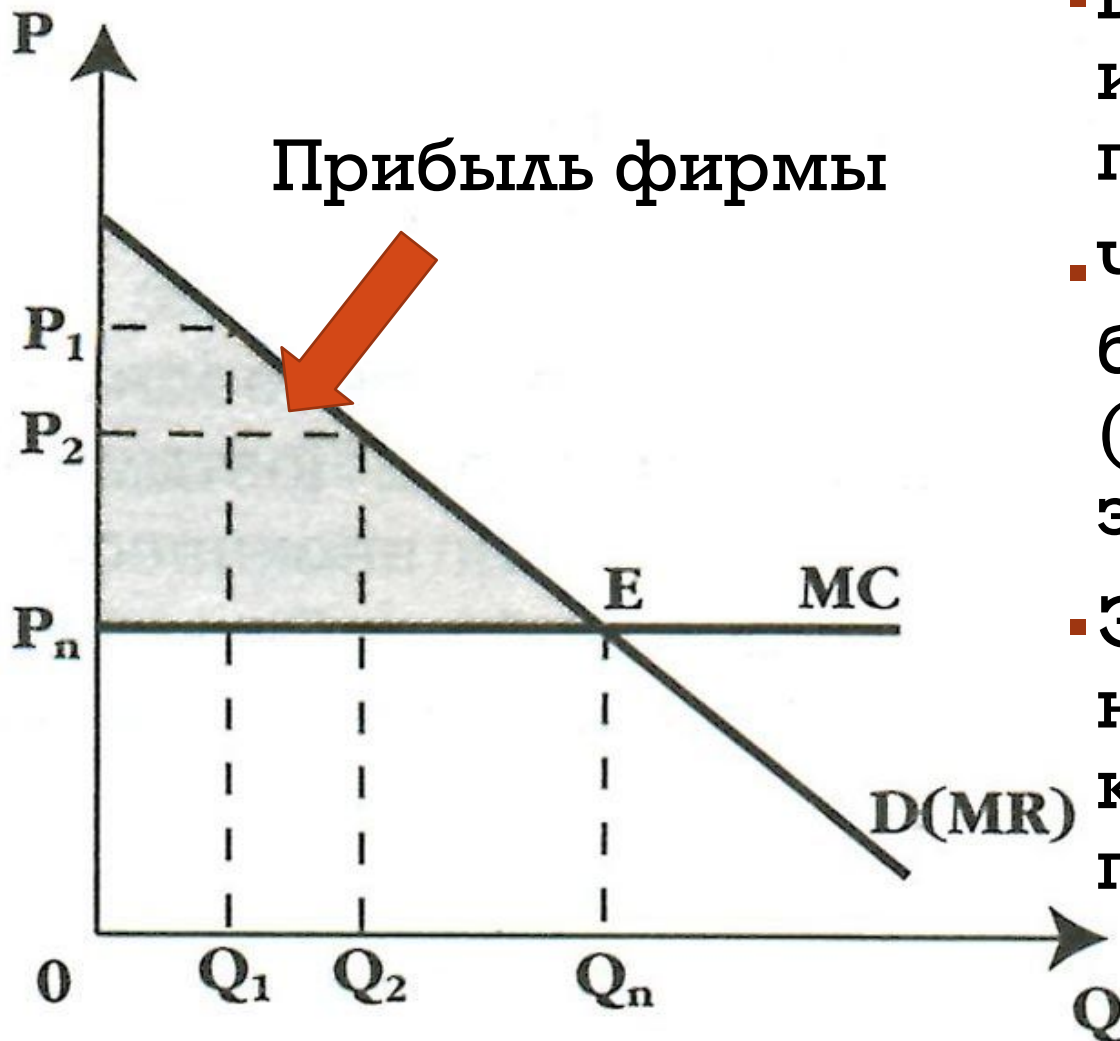


# СОДЕРЖАНИЕ

- Ценовая дискриминация первой степени
- Клубное ценообразование
- Ценовая дискриминация второй степени
- Ценовая дискриминация третьей степени
- Условия максимизации прибыли
- Пространственная дискриминация



# ЦЕНОВАЯ ДИСКРИМИНАЦИЯ ПЕРВОЙ СТЕПЕНИ



- Весь потребительский излишек составляет прибыль фирмы
- Чистых потерь благосостояния нет (Парето-эффективный исход)
- Эффективна при небольшом количестве потребителей



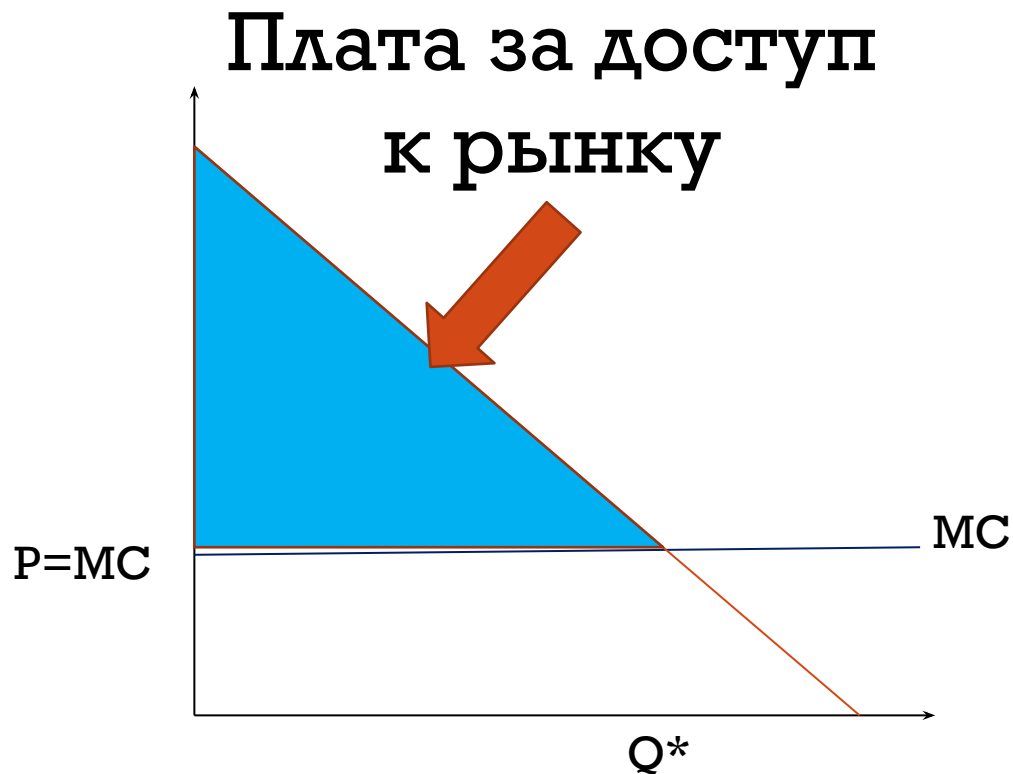
# ОГРАНИЧЕНИЯ МОДЕЛИ

Невозможность  
оценить  
платежеспособнос  
ть потребителя,  
если только не они  
сами назначают  
цену (аукцион)

Фирма не может в  
точности назначить  
для каждого  
потребителя свою  
цену



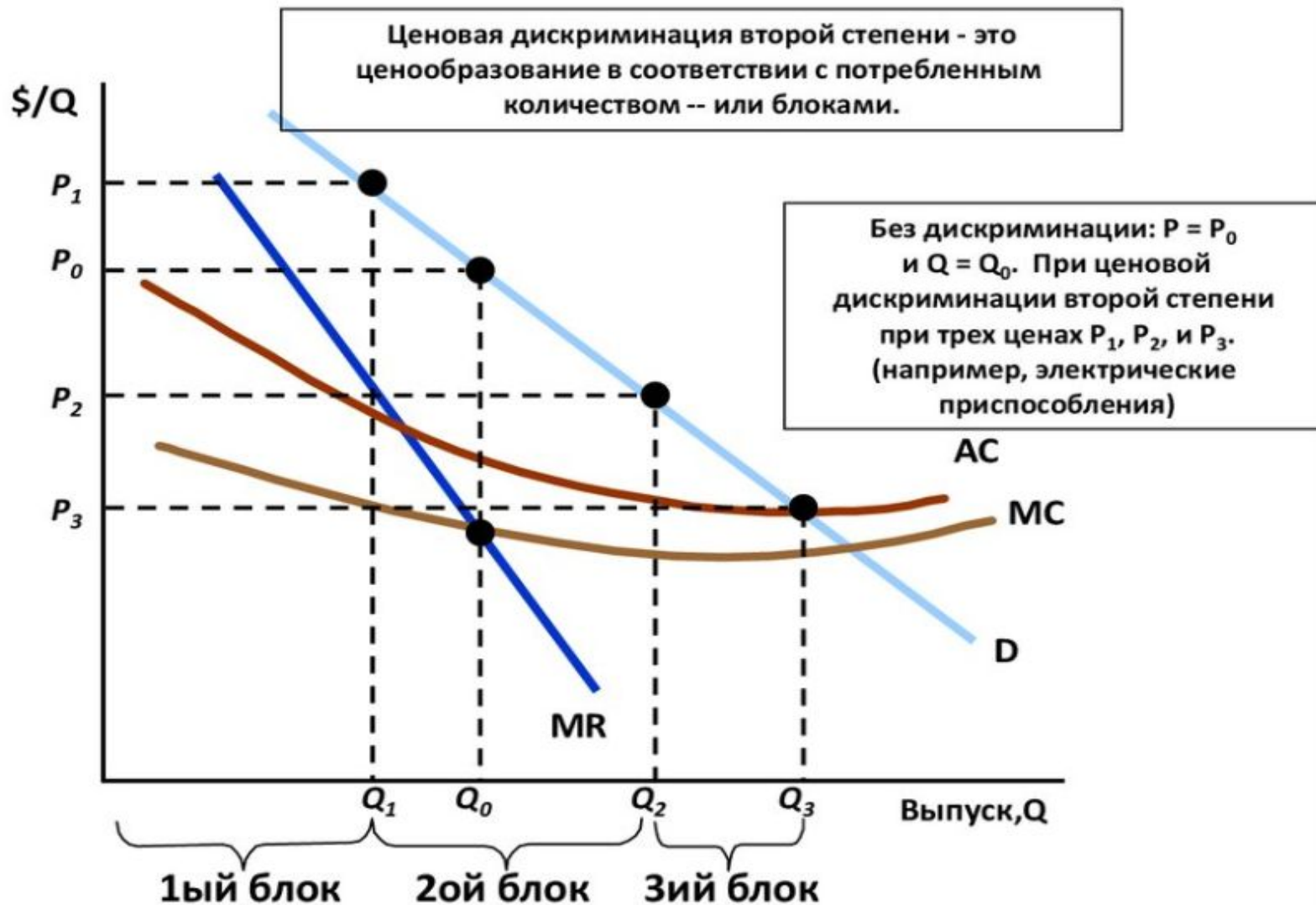
# КЛУБНОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ



- Неделимость в потреблении
- Ценообразование по методу 2-частного тарифа: плата за доступ, плата за услуги
- Выигрыш в низкой цене товара нивелируется в качестве платы за доступ к источнику продажи блага



# ЦЕНОВАЯ ДИСКРИМИНАЦИЯ ВТОРОЙ СТЕПЕНИ




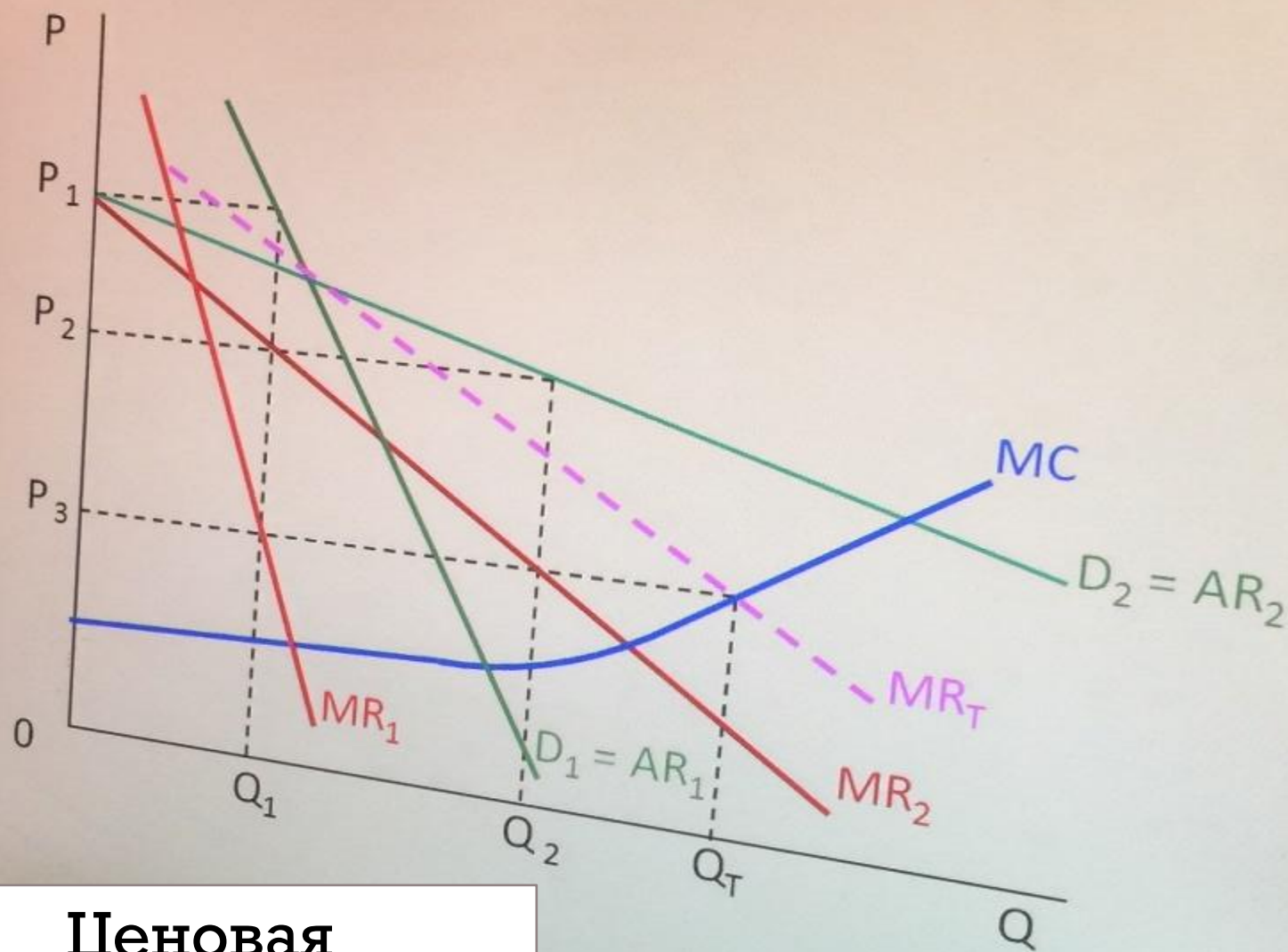
# СЕГМЕНТНАЯ ДИСКРИМИНАЦИЯ

Дифференциация цены продукта осуществляется на основе сегментации рынка.

(сегментация рынка – разграничение групп покупателей в зависимости от особенностей рынка)

**Примеры:** тарифы на авиаперелеты могут быть дифференцированы по дням недели (в рабочие дни ниже, чем в нерабочие) либо, например, в России гостиничные тарифы для иностранцев значительно выше, чем для россиян.





**Ценовая  
дискриминация  
третьей степени**





# УСЛОВИЯ МАКСИМИЗАЦИИ ПРИБЫЛИ

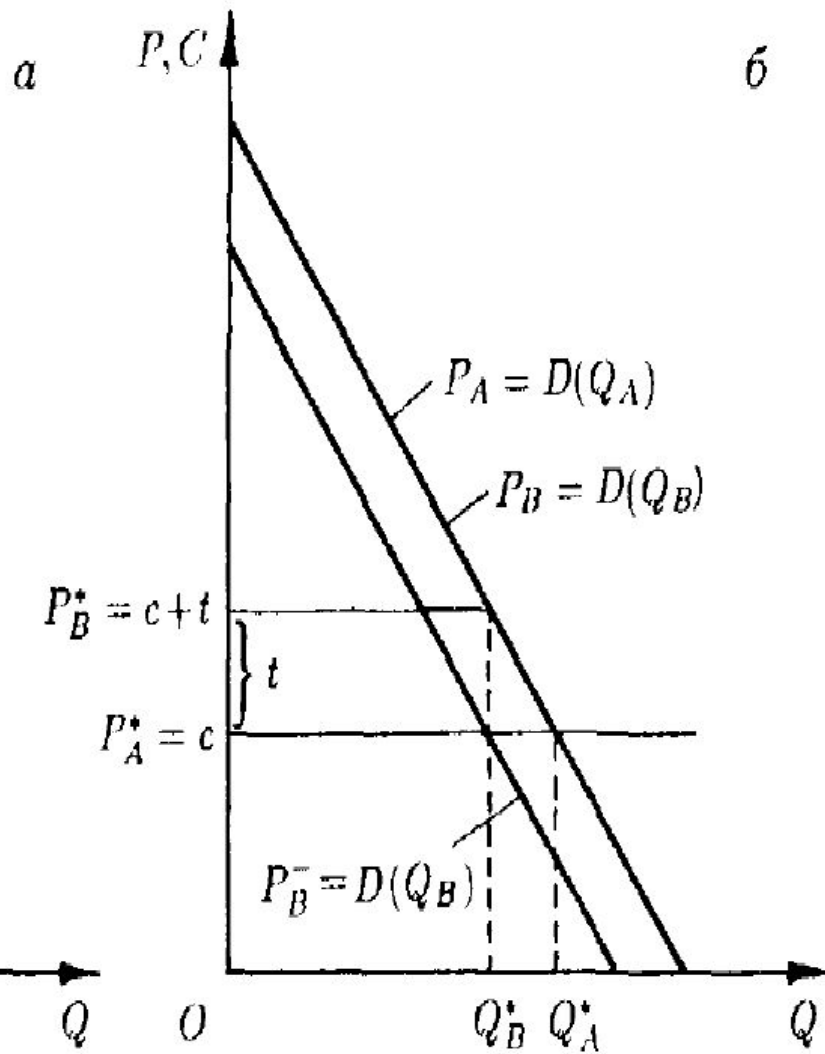
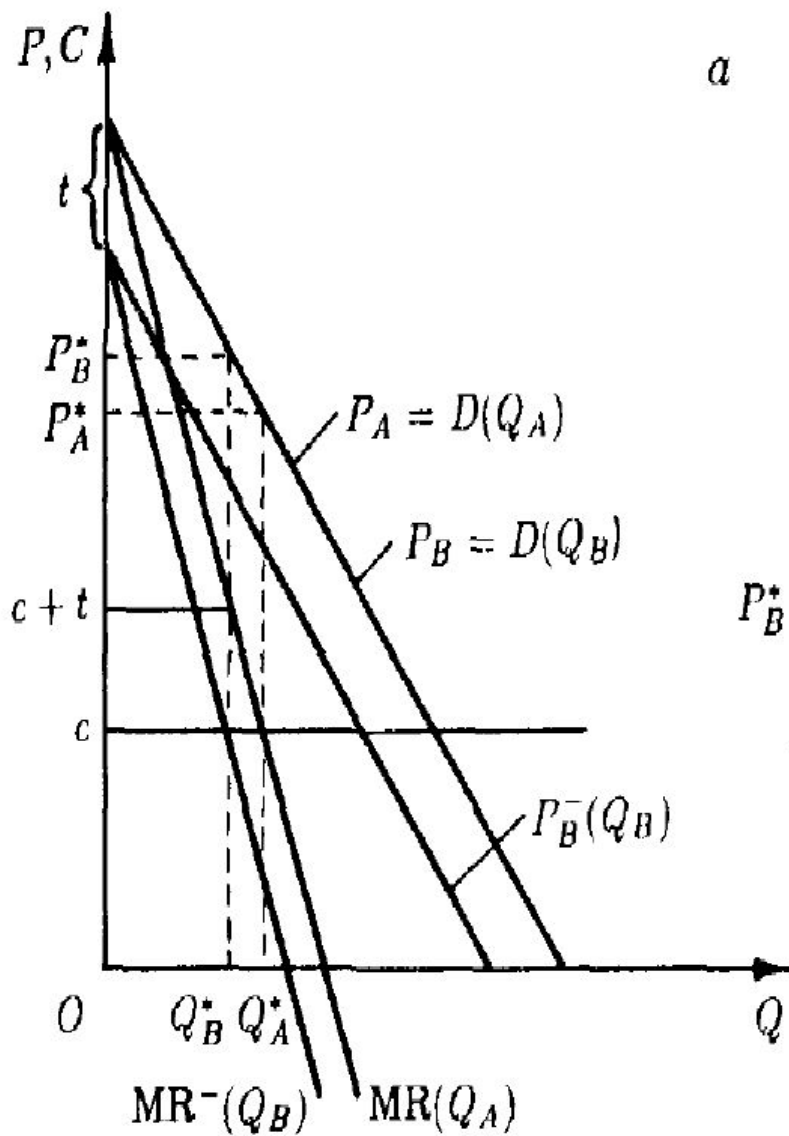
$$MC = MR_1 = MR_2$$

$$MR_1 = P_1 \left(1 + \frac{1}{\epsilon_1}\right) \quad MR_2 = P_2 \left(1 + \frac{1}{\epsilon_2}\right)$$

$$P_1 \left(1 + \frac{1}{\epsilon_1}\right) = P_2 \left(1 + \frac{1}{\epsilon_2}\right)$$

$$\frac{\epsilon_1}{\epsilon_2} = \frac{\left(1 + \frac{1}{\epsilon_1}\right)}{\left(1 + \frac{1}{\epsilon_2}\right)}$$





**Рис. 10.16. Монополист, осуществляющий пространственную ценовую дискриминацию, в сравнении с совершенно конкурентным предприятием.**



# МАКСИМИЗИРУЮЩЕЕ ПРИБЫЛЬ УСЛОВИЕ

$$MR^{\pi}(Q_B) = MR(Q_B) - t = MR(Q_A) = c$$

