

PRIJSDISCRIMINATIE

Prijstdiscriminatie bij monopolies (en in andere markten) betekent dat de aanbieder verschillende prijzen aanrekent voor hetzelfde product, terwijl de productiekost gelijk blijft.

Het doel is om meer winst te maken door beter in te spelen op de betalingsbereidheid (lees: rekening te houden met de elasticiteit) van verschillende consumenten.

Voorbeelden in de praktijk:

Openbaar vervoer (monopolie): senioren betalen minder

Software: studentversies goedkoper dan professionele licenties

Rekenkundig voorbeeld:

Bedrijf MOVIE MAX baat een aantal bioscoopzalen uit. Op een topavond verkoopt het bedrijf 5.000 tickets.

1)

VOOR toepassing van prijsdiscriminatie wordt een algemene ticketprijs gehanteerd van €15.

De GK per ticket bedraagt €10.

Bereken de TW die MOVIE MAX realiseert op een topavond.

$$TO = P * Q = €15 * 5.000 = €75.000$$

$$TK = GK * Q = €10 * 5.000 = €50.000$$

$$TW = TO - TK = €25.000$$



2)

We veronderstellen dat voor de prijsverhoging 60% van de tickets (3.000) werden gekocht door volwassenen en 40% (2.000) door jongeren.

MOVIEMAX wil meer winst boeken en verhoogt de algemene ticketprijs enerzijds en zet een lagere prijs in voor jongeren anderzijds.

De prijs voor volwassenen wordt verhoogd naar €18. De prijselasticiteit van hun vraag naar bioscooptickets is -0,5

De prijs voor jongeren wordt verlaagd naar €12. De prijselasticiteit van hun vraag naar bioscooptickets is -1,5

Bereken de TW die MOVIEMAX realiseert op een topavond.

Vraag van volwassenen na de prijsverhoging?

Vraag van jongeren na de prijsverhoging?

TW die wordt gerealiseerd met de tickets van volwassenen?

TW die wordt gerealiseerd met de tickets van jongeren?

TW die wordt gerealiseerd voor alle tickets samen?

CONCLUSIE:

TW ZONDER PRIJSDISCRIMINATIE	TW MET PRIJSDISCRIMINATIE

Voorwaarden voor prijsdiscriminatie:

- Verschillende betalingsbereidheid bij verschillende consumenten (marktsegmenten)
- Geen doorverkoop tussen consumenten
- “Objectieve afbakening” van marktsegmenten