

Monopol

Monopol på outputmarked:

Dvs. der er monopol på det virksomheden sælger.

Rendyrket tilfælde:

Virksomheden er prissætter. (Dvs. virksomheden kan selv bestemme prisen)

- **Betingelser:**
 1. Markedets efterspørgselskurve er lig med kurven for virksomhedens gennemsnits revenue – dvs. $D = AR$

- **Bevis:**

Efterspørgselskurve: $P = a - bq$
 Total revenue: $TR = P * Q$

$$TR = (a - bq)Q = Qa - bq^2$$

$$AR = \frac{TR}{Q} = \frac{(Qa - bq^2)}{Q} = a - bq$$

Dvs. virksomhedens gennemsnits revenue er lig med efterspørgselskurven.

2. Når efterspørgselskurven er en ret linje vil virksomheden marginal revenue kurve have en hældning, der er dobbelt så stor og den samme skæring med 2. Aksen.

- **Bevis:**

$$TR = Qa - bq^2$$

$$MR = \frac{\partial TR}{\partial Q} = a - 2bq$$

Fordi der står '2' foran 'bq' i MR i forhold til efterspørgselskurven, så får vi en hældning der er dobbelt så stor samt 'a' bestemmer skæringen med 2. Aksen.

3. Monopolisten sætter sit profitmaksimerende output hvor $MR = MC$

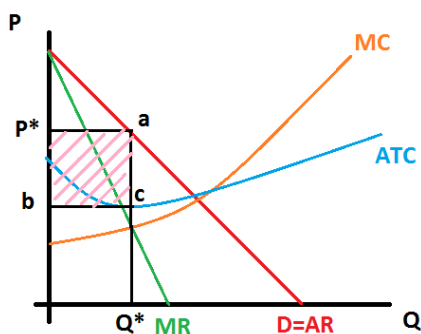
Virksomhedens samlede fortjeneste:

$$\pi = TR - TC$$

$$\pi = 0P^* * aQ^* - abcQ^*$$

$$\pi = b * P^* a * c$$

ATC kurvens minimum skal skære MR.



4. Under monopol er der ikke nogen udbudskurve, fordi det optimerende

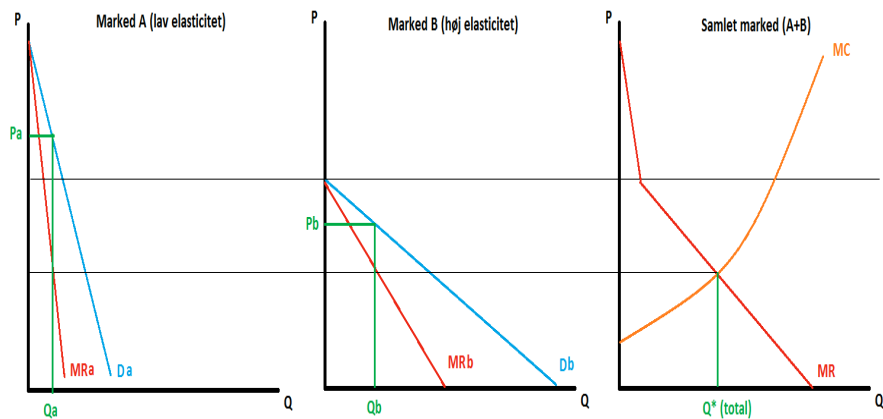
3. Grads Prisdisk:

Optræder når en virksomhed er i stand til at inddele forbrugerne i adskilte markeder med forskellige pris-elasticiteter i efterspørgslen.

!!! Markederne skal kunne identificeres og de skal kunne holdes adskilt !!!

Antag, at virksomhederne er i stand til at inddele det samlede marked i 2 selvstændige markeder A og B.

For at profitmaksimere sættes $MR_A = MR_B$



Rabatkuponer falder også ind under 3. Grads prisdiskrimination, da man ved hjælp af disse også deler markedet op i 2 markeder med forskellige priser.

4. Intertemporal Prisdiskrimination:

Opstår når en virksomhed er i stand til at inddele forbrugeren med forskellige pris-elasticiteter i efterspørgslen vha. tid.

(Iphone 4 er dyr i starten, men billig efter 1 år – bruges generelt for elektronik)

I forhold til 3. Grads prisdiskrimination deler man marked A og B op. Først så mætter man marked A hvorefter man går over til marked B i stedet for at sælge til begge markeder på samme tid.

5. Salg af sammensatte produkter (Bundling)

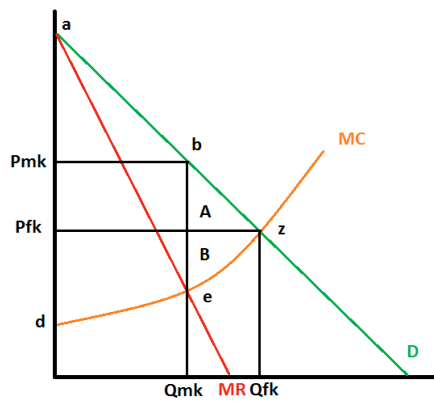
Hvis virksomheder producerer forskellige produkter, så sælger virksomhederne det som en samlet pakke, så forbrugeren 'tvinges' til at købe produkter forbrugeren måske ikke ville have købt.

Eks (Microsoft)

2 produkter og 2 personer, der hver har forskellige reservationspriser for hvert af produkterne. Ved separat salg kigger man på hvad mindstepriserne er for de 2 produkter fordelt på de 2 personer og det er hvad man kan sælge produkterne til. Ved bundling kigger man på den mindste bundling pris er og kan sælge til denne.

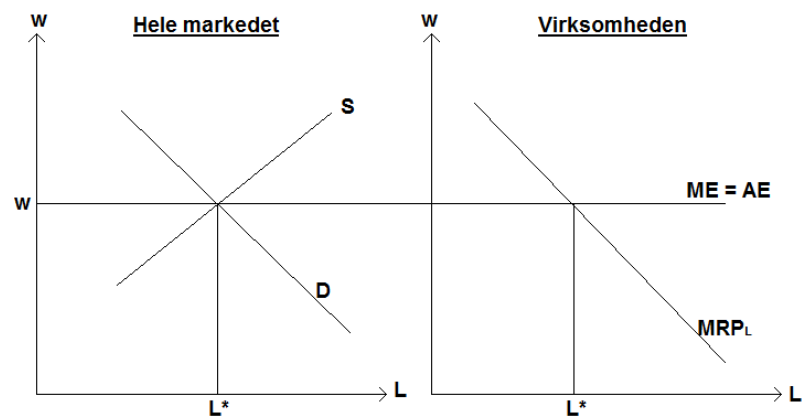
Reservationspriser	Word	Excel	Bundling:
Økonom	1000	700	1700
Historiker	1500	100	1600

Sammenligning:
 (Under MK ift. FK)



Profit	Pris	Mængder	Velfærd
$FK = 0$ $MK = 0$	$P_{MK} > P_{FK}$	$Q_{MK} < Q_{FK}$	$CS_{FK} = P_{FK}AC \rightarrow CS_{FK} > CS_{MK}$ $CS_{MK} = P_{MK}AB$
			$PS_{FK} = dP_{FK}C \rightarrow PS_{FK} \leq P_{MK}$ $PS_{MK} = dP_{MK}BE$
			ΔW Dødvægtstab (A + B)

...



Opg. 14.8

Efterspørgsel $L = 1200 - 10w$
 Udbud: $L = 20w$

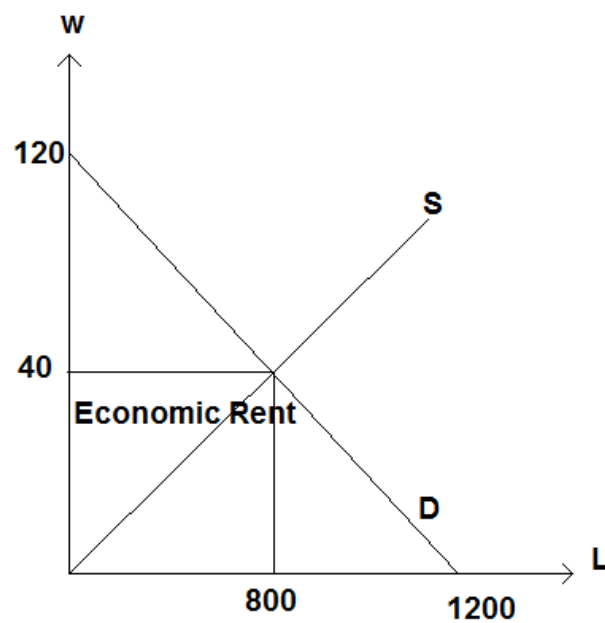
1. Find w^* og L^* , economic rent

$$1200 - 10w = 20w$$

$$1200 = 30w$$

$$40 = w$$

$$L = 20w = 20 \times 40 = 800$$



Opg 14.9

Fagforening med monopol: $MR = 120 - 1/5L$

$$MR = S$$