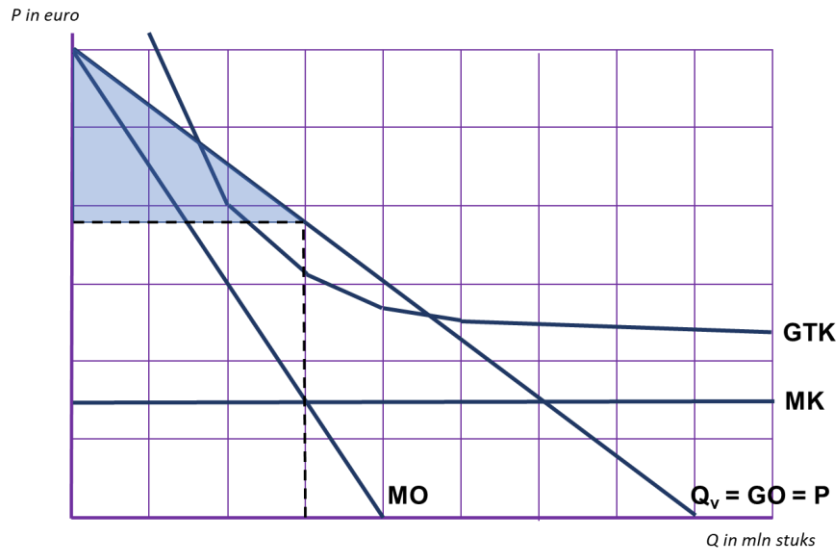


Opgave 1. Prijs, surplus en discriminatie 1 HV AM

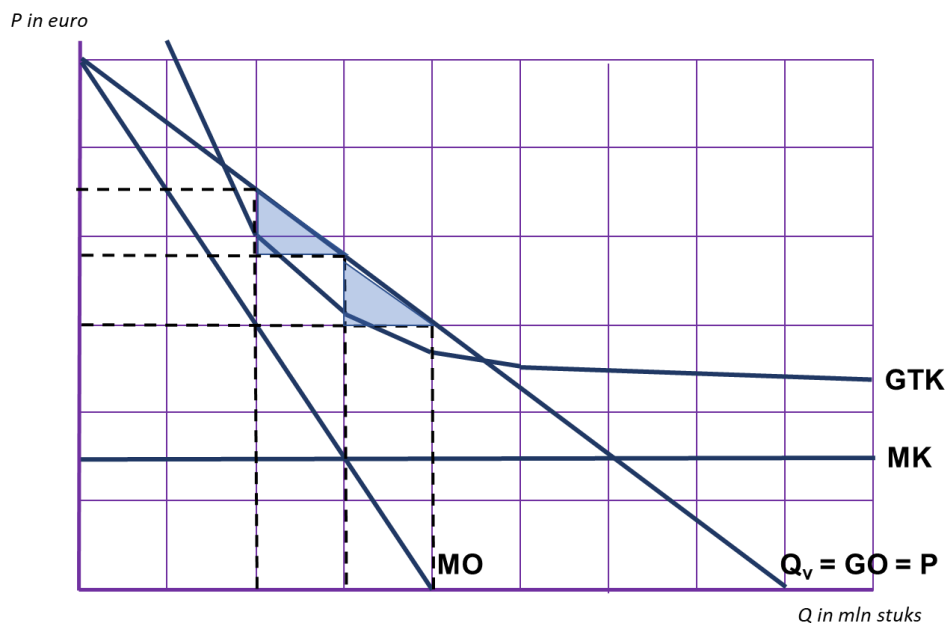
Van een aanbieder die een nieuwe product met slimme technieken op de markt brengt, zijn onderstaande grafieken bekend.

1. Arceer het consumentensurplus bij de doelstelling maximale winst.



De aanbieder besluit om de markt af te romen. De aanbieder weet dat zijn product erg populair is onder hoogopgeleide, goed betaalde technici. Door bij de introductie een extra hoge prijs vast te stellen zal deze groep kopen. Een jaar later zal een prijs ter hoogte van maximale winst worden vastgesteld. Dat trekt de groep volgers. Ten slotte zal nog een half jaar later de prijs worden verlaagd naar het nivo dat hoort bij maximale omzet. Vervolgens zal een jaar later het product van de markt worden gehaald omdat nieuwe technische vindingen het product achterhaald zullen maken.

2. Arceer het verlies aan consumentensurplus als gevolg van het instellen van drie verschillende prijsnivo's in de loop van de tijd.



3. Leg uit dat deze werkwijze niet gelijk is aan het toepassen van prijsdiscriminatie.

De aanbieder hanteert in de loop van de tijd andere prijzen en roomt zo surplus van consumenten af. Bij prijsdiscriminatie worden verschillende groepen consumenten op hetzelfde moment een andere prijs gerekend. Dat kan alleen als je de groepen aan de hand van aantoonbare criteria kunt scheiden, en dus de producten niet tussen de verschillende groepen door te verkopen zijn.