**Задание 4**

а)Могут ли купоны и дисконтные карты использоваться для ценовой дискриминации?

б) Допустим на рынке присутствует два типа потребителей и их количество одинаково. Спрос потребителей первого типа составляет

Q1= 1-p,

второго - Q2=2(1-p).

Предельные издержки выпуска равны нулю.

Определите:

●оптимальную цену, если продавец не прибегает к ценовой дискриминации, его прибыль;

● оптимальную величину двухставочного тарифа и прибыль продавца.

**Ответ:**

А) Сейчас основная масса покупателей купонов являет собой довольно ограниченный круг лиц, для которых приобретение товаров или услуг со скидкой это не удачное стечение обстоятельств, а определенный принцип, лояльность к определенным брендам снижается: люди все чаще покупают не то, что им нравится, а то, что продается со скидкой. При этом ничего «в дополнение» в магазине, предлагающем товар со скидкой, они могут и не купить. Именно поэтому ситуацию необходимо регулярно оценивать, анализировать потребителей, пользовавшихся купонами. Если они в недостаточной мере приобретают дополнительные блага или не потребляют повторно по рыночной стоимости, то все больше переводить их на невостребованные продукты или услуги (или время), тогда продажа скидочных купонов примет 100% дискриминационный вид, не имея никакого стимулирующего эффекта.

Б) Спрос первого Q1= 1-p

Прибыль р1=1-Q1

Спрос второго Q2=2(1-p)

Прибыль р2=(2-Q2)/2

Предельные издержки выпуска равны нулю

Цена: P1/Q1 = (1-Q1)/(1-p)

P2/Q2 = ((2-Q2)/2)/(1-p)