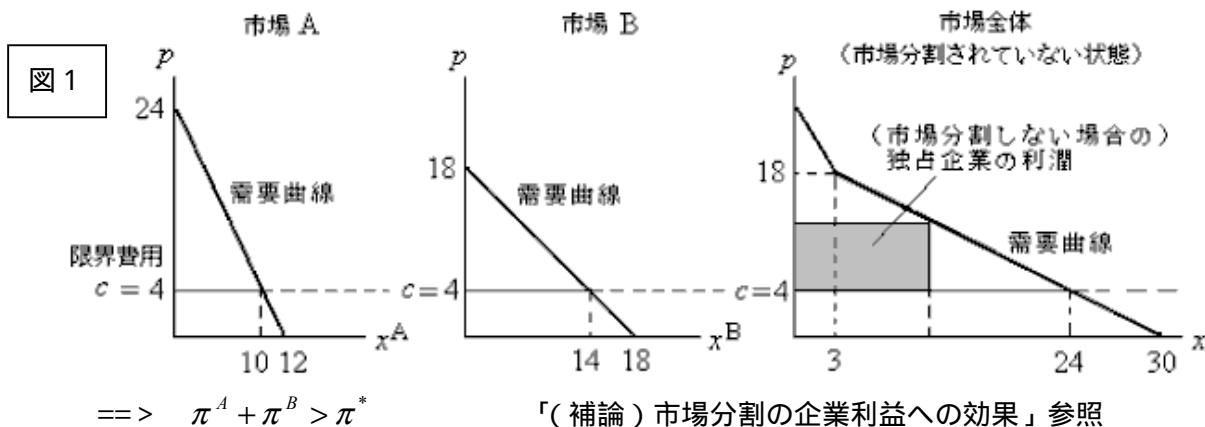


企業戦略 (2) 市場構造と価格設定 *

市場分割

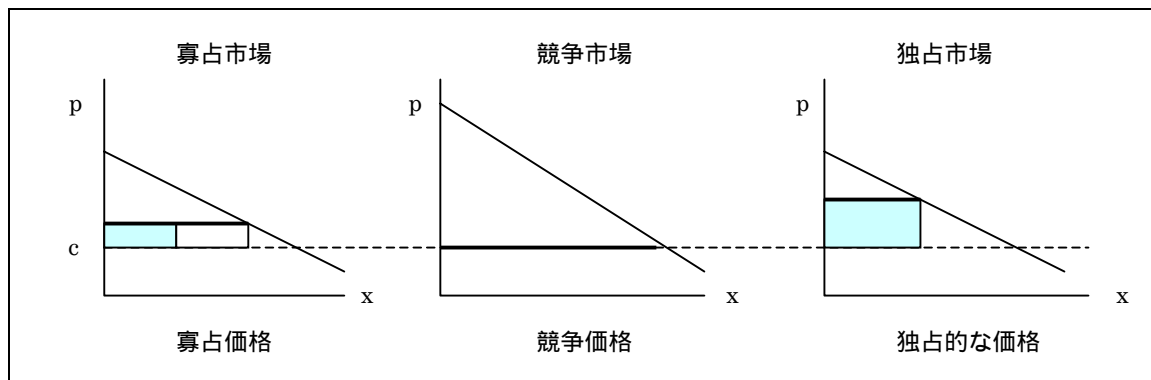
「市場を分割して価格差別した方が利益は多い」

例) 学割: 通学定期, 映画, (最近は) 携帯電話基本料金, プロバイダー会費



市場構造と価格設定

グローバルな販売戦略をとる企業にとって, 各地域ごとに「市場分割」(市場構造に応じた価格設定) した利益が多い (可能性大)



【問題 6】上記の図 1 について, 次の問い ~ に答えよ。

- 市場 A, B における独占企業の価格づけ (独占価格) および利潤をそれぞれ求めよ。
- 市場分割しない場合の独占企業の利潤 (図 1 の塗りつぶし部分) を求めよ。さらに, 市場 A と B における利潤の合計と比較し, どちらが多いか述べよ。
- (独占) 企業にとって, 「市場分割」がうまくいくためには, (分割された市場の間に) どのような条件が必要であるか?