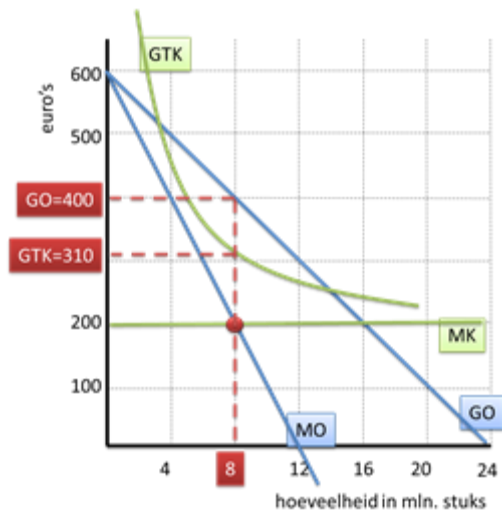


De prijsbepaling bij monopolie

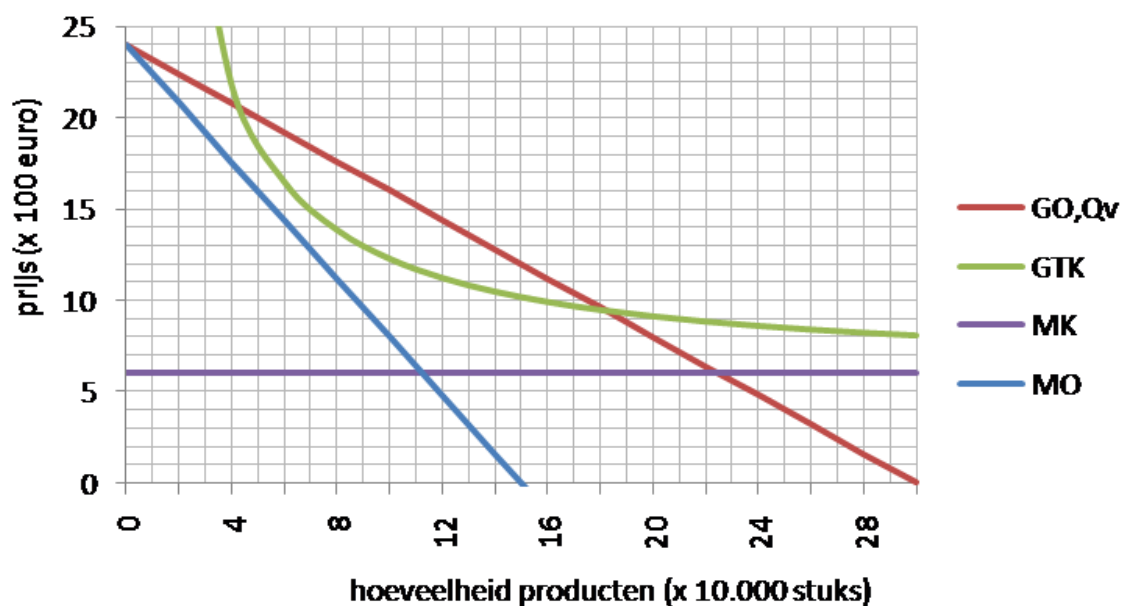


De GO-lijn geeft de betalingsbereidheid aan van de consument. De producent streeft naar maximale winst dus hij zal ervoor zorgen dat $MO = MK$. Dit betekent dat de winst maximaal is bij 8 mln stuks. Hij zal dus zijn prijs zetten op € 400. Immers bij deze prijs verkoopt hij 8 mln producten.

De winst per product is gelijk aan $GO - GTK = 400 - 310 = 90$

De totale winst is de gemiddelde winst vermenigvuldigd met het aantal verkochte producten. De totale winst is dus gelijk aan $8 \text{ mln} \times 90 = 720 \text{ mln}$.

De prijsbepaling bij monopolistische concurrentie



Eigenlijk is er grafisch en algebraïsch geen verschil tussen monopolie en monopolistische concurrentie. Bij monopolistische concurrentie loopt de GO-curve echter wel vlakker dan bij monopolie. Dit komt omdat er bij monopolistische concurrentie veel aanbieders zijn die allemaal hetzelfde product aanbieden, maar die aanbieders onderscheiden zich wel van elkaar. Iedere aanbieder probeert klanten aan zich te binden (probeert dus een soort monopolist te zijn), maar moet wel concurreren met andere aanbieders die een soortgelijk product aanbieden.

Dat de GO-curve bij monopolistische concurrentie vlakker loopt dan bij een monopolie komt omdat de klanten van de producent nu iets te kiezen hebben. Ze kunnen altijd overstappen naar een andere aanbieder. Als de prijs dus wordt verhoogd zullen er meer klanten weglopen dan bij een monopolie. Dat niet alle klanten weglopen komt omdat de producent zich wel weet te onderscheiden van de andere aanbieders.

Voorbeeld: AH kan zijn prijs verhogen zonder dat iedereen meteen naar de JUMBO loopt, omdat voor veel mensen AH staat voor een zekere kwaliteit.

De hoeveelheid waarbij de winst maximaal is: 11 (x 10.000)

De bijbehorende prijs: 15 (x 100 euro)

Gemiddelde winst: $15 - 12 = 3$ (x 10.000)

Totale winst: $11(x 10.000) \times 3 (x 10.000) = 33 (x 100.000.000)$