

VARIGE GODER

Litteratur:

- ◆ J. Tirole (1988), *The Theory of Industrial Organization*, The MIT Press, side 80-86.

De som kjøper i dag, vil ikke kjøpe i neste periode

- PC, bil, software, kabel-TV, ...

Selv en monopolist vil møte konkurranse

- Fra seg selv

Her: En enkel numerisk modell for å illustrere monopolistens dilemma

EN ENKEL NUMERISK MODELL

1000 konsumenter; kjøper en enhet hver

v = Reservasjonspris for person v

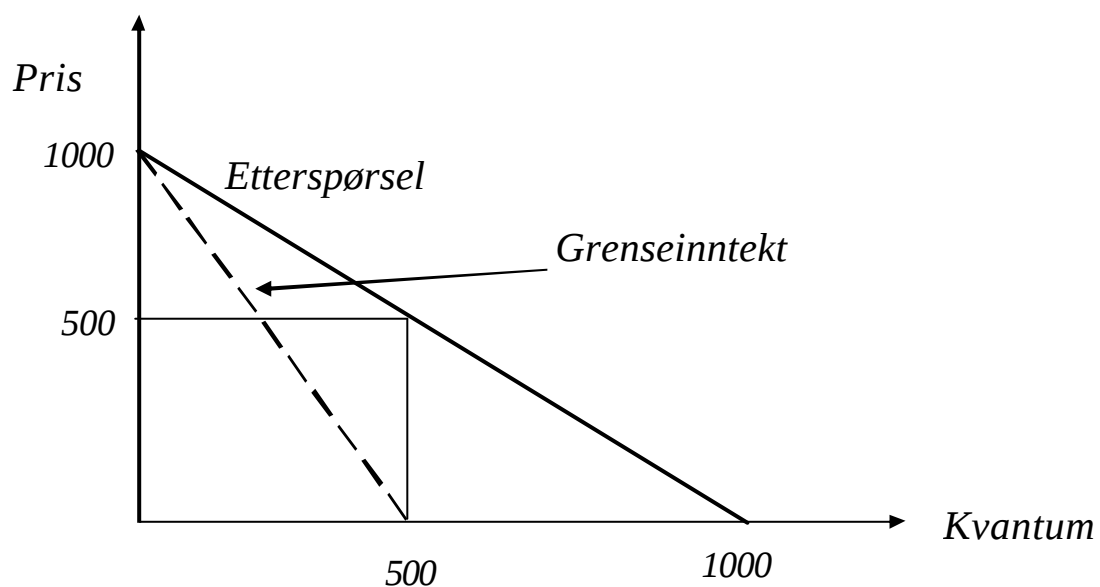
$v = 1, \dots, 1000$

Produktet varer ett år

Grensekostnad = 0

Selger produktet i januar og juli

I januar:



Januar: $P = 500$ og $Q = 500$

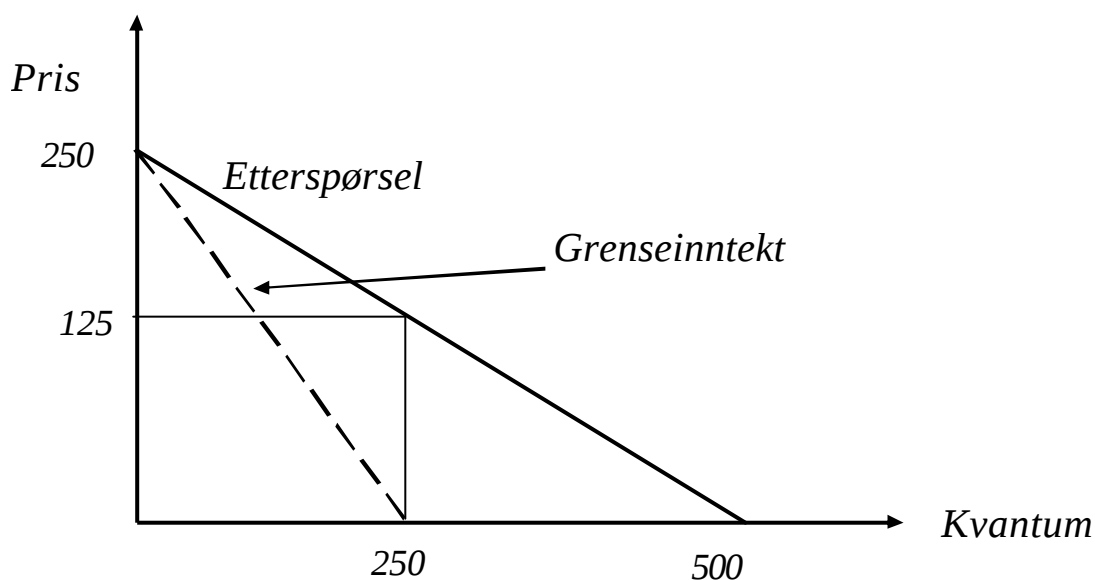
Hva gjør den i juli?

500 potensielle kjøpere igjen

Men kun et halvt år

$$\Rightarrow v = \frac{1}{2}, \dots, 250$$

I juli:



De med høyest betalingsvilje kjøpte i januar

$$\Rightarrow \text{Senker prisen i juli: } P = 125$$

MEN: De som kunne tenke seg å kjøpe i januar kan *forutse* priset

→ Noen av dem *utsetter* kjøpet

→ Monopolisten tvunget til lavere pris i januar?

Hvordan unngå problemet?

1. Leie ut heller enn å selge

- Varige godet omgjøres til et ikke-varig gode
- IBM leide ut PC'er
- Telenor leier ut boks til 'hvem-ringer' tjeneste
- Kabel-TV tar månedlig avgift, ikke engangsavgift

2. Prisgarantiklausul

- 'Hvis jeg senker prisen i neste periode, skal du få refundert prisdifferansen'
- Kostbart å senke prisen, og dermed høy pris troverdig
- Chrysler i USA
- Elkjøp i Norge (i desember)

3. Lager nye versjoner

- Forkorter varigheten for godet
- Ikke lenger et varig gode
- Software: Windows oppgradering