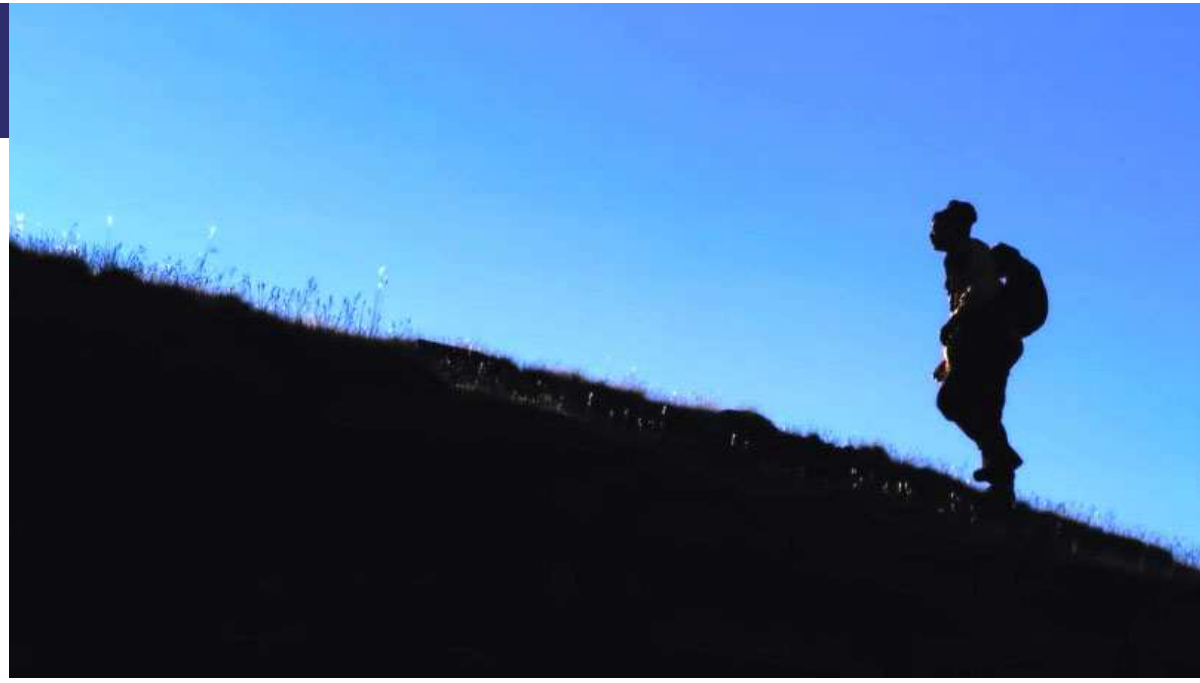
獨占力量

獨占之淨損失

差別訂價

獨占與進入障礙

經濟學原理



第13章 獨占

1 獨占力量

2 獨占之淨損失

3 差別訂價

4 獨占與進入障礙

獨占力量

獨占之淨損失

差別訂價

獨占與進入障礙

獨占

- 獨占 (monopoly) 是指市場上只有一家廠商
- 依此定義, 1990年代中期以後台灣中油與台電都已經不是獨占
- 任何廠商面對負斜率之需求線我們就說它具有獨占力量 (monopoly power), 或者市場力量 (market power)
- 相對的, 完全競爭廠商之需求線斜率等於0

獨占力量的來源

- 產品有獨特設計或品質特佳
- 消費者無法判斷品質差異, 如 Intel vs. AMD
- 品牌 (brand) 的功能之一是在消費者心目中建立品質印象
- Why? 藉由獨占力量提升利潤
- 若產品的品質一眼就可以看出來, 廠商建立品牌的誘因較小, 如蔬菜水果

具獨占力量廠商

價格	咖啡 (杯)	總收入	邊際收入	固定成本	變動成本	總成本	邊際成本	利潤	平均總成本
110	0	0	–	100	0	100	–	–	–
105	1	105	105	100	54	154	54	−49	154
100	2	200	95	100	90	190	36	10	95
95	3	285	85	100	121	221	31	64	73
90	4	360	75	100	148	248	27	112	62

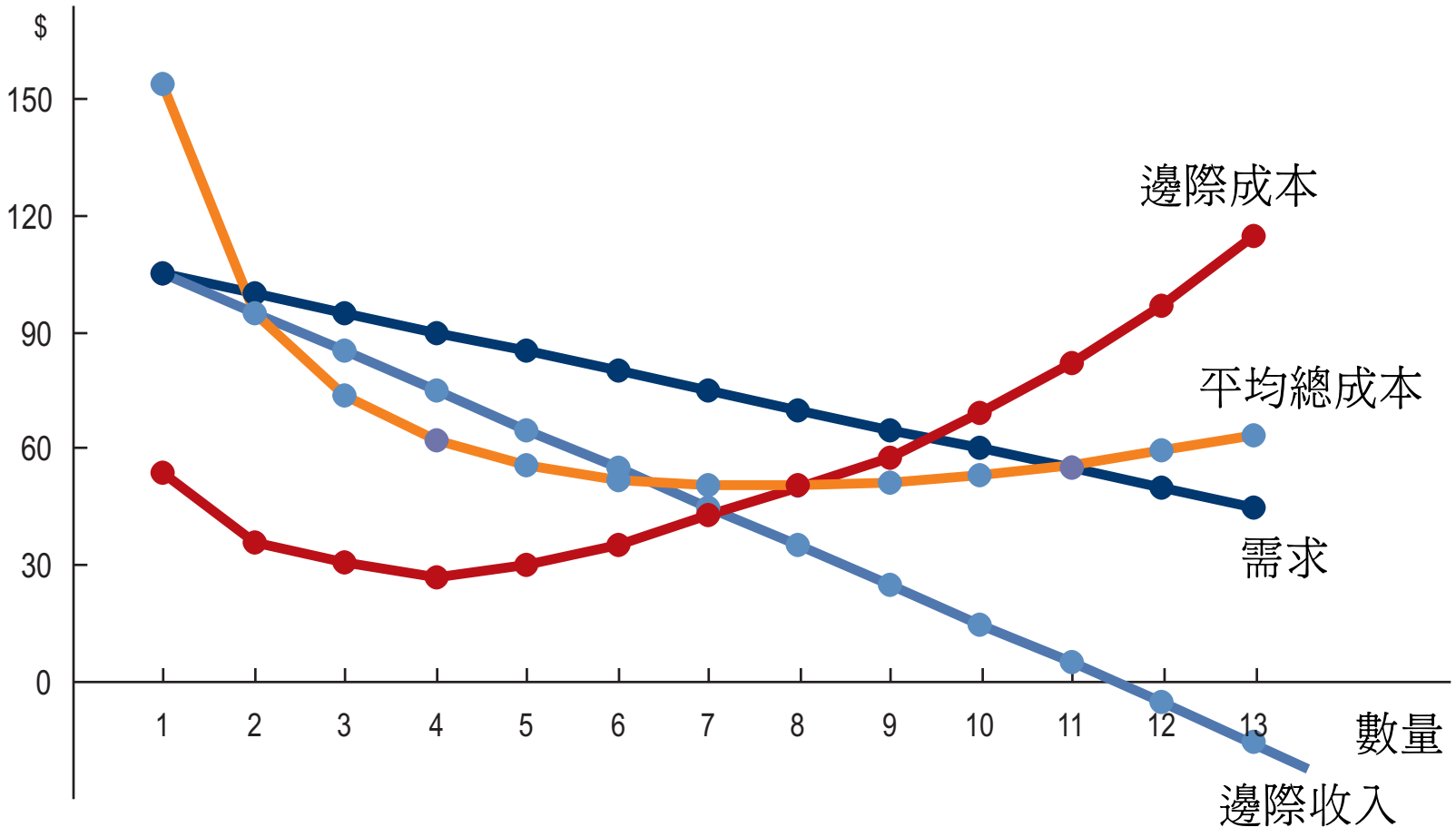
- 由 0 杯至 1 杯, 邊際收入等於價格; 但由 1 杯至 2 杯, 邊際收入小於價格
- Why? 因為降價時, 不只第 2 杯降價, 第 1 杯也降
- 若可以只降第 2 杯的價格, 第 1 杯保持原價, 則總收入為 $105 + 100 = 205$; 邊際收入為 $205 - 105 = 100$。

最大利潤

價格	咖啡 (杯)	總收入	邊際收入	固定成本	變動成本	總成本	邊際成本	利潤	平均總成本
85	5	425	65	100	178	278	30	147	55
80	6	480	55	100	213	313	35	167	52
75	7	525	45	100	256	356	43	169	50
70	8	560	35	100	306	406	50	154	50
65	9	585	25	100	364	464	58	121	51
60	10	600	15	100	433	533	69	67	53
55	11	605	5	100	515	615	82	−10	55
50	12	600	−5	100	612	712	97	−112	59
45	13	585	−15	100	727	827	115	−242	63

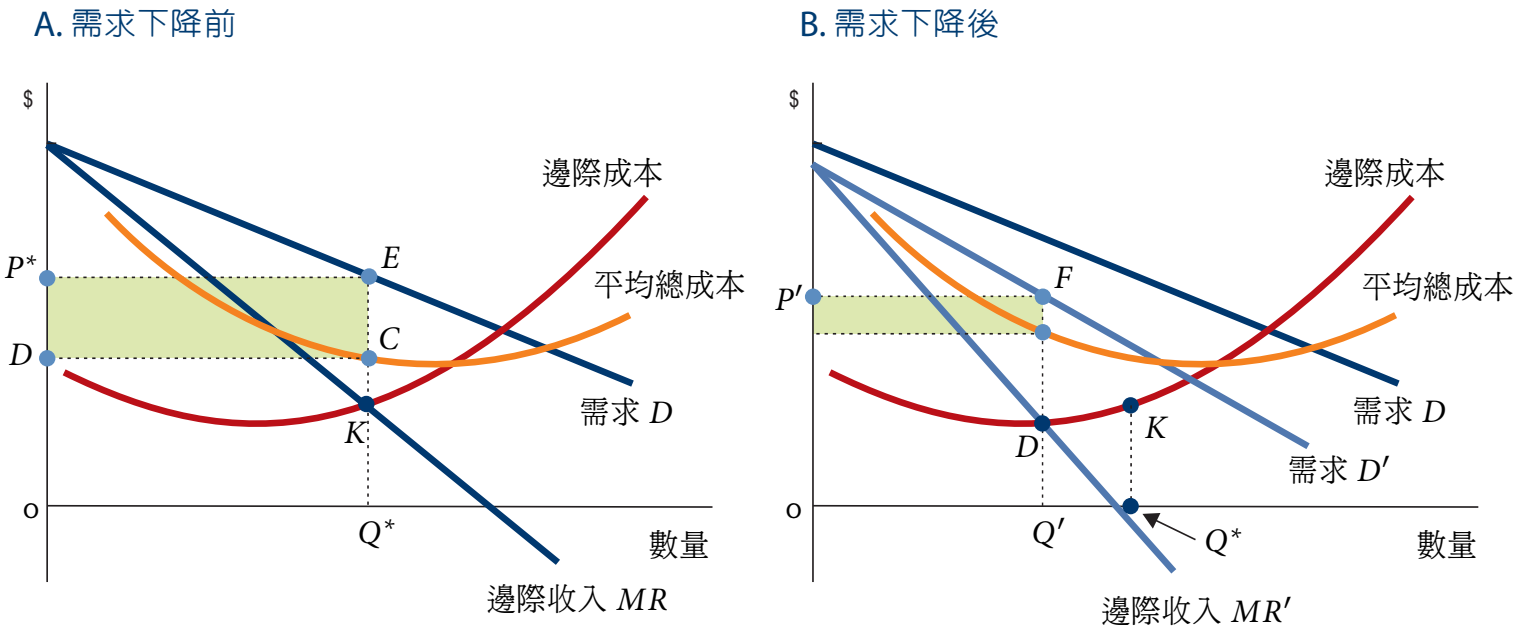
- 利潤最大的產量是 7 杯, 訂價是 75 元
- 利潤最大的條件是邊際收入等於邊際成本, 但本例中, 邊際收入略大於邊際成本

具獨占力量廠商



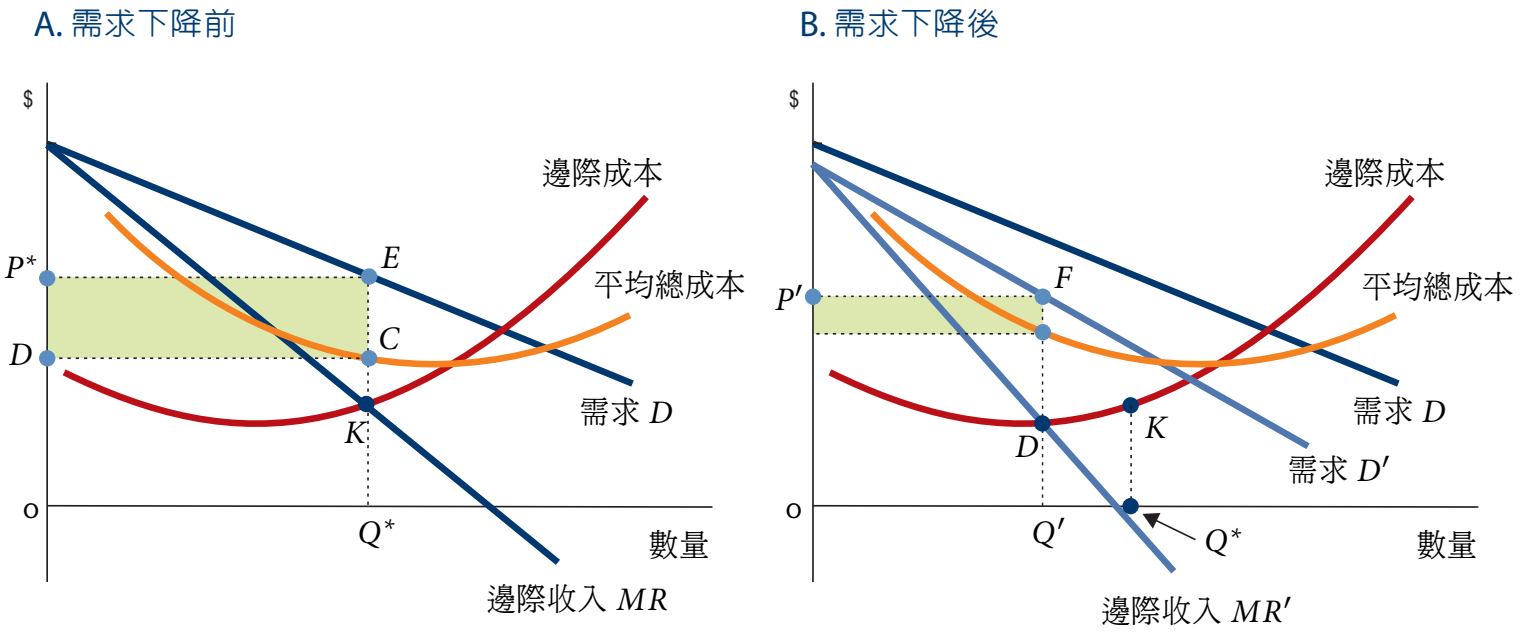
- 需求線為負斜率, 而且, 邊際收入線低於需求線
- 具獨占力量廠商利潤最大是邊際收入等於邊際成本時

需求變動



- 利潤等於圖中 P^*ECD 之方形面積
- 需求線由 D 下降至 D', 邊際收入線下降為 MR'
- 欲求最大利潤, 廠商必須把價格調降為 P'
- 景氣不好時, 廠商為何降價?

需求變動

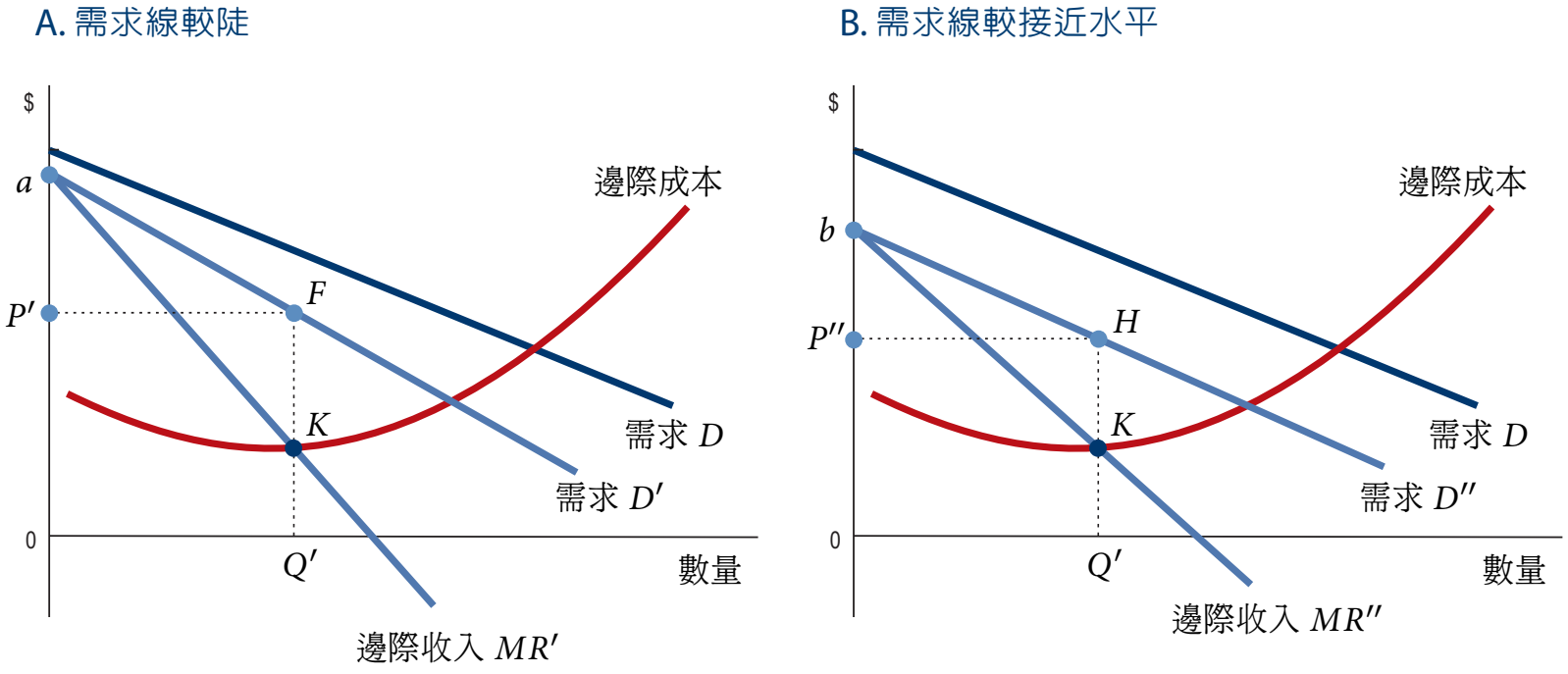


- 利潤等於圖中 P^*ECD 之方形面積
- 需求線由 D 下降至 D', 邊際收入線下降為 MR'
- 欲求最大利潤, 廠商必須把價格調降為 P'
- 景氣不好時, 廠商為何降價? 追求利潤
- 但圖 B 與圖 A 相比, 廠商利潤下降

如何了解需求大小?

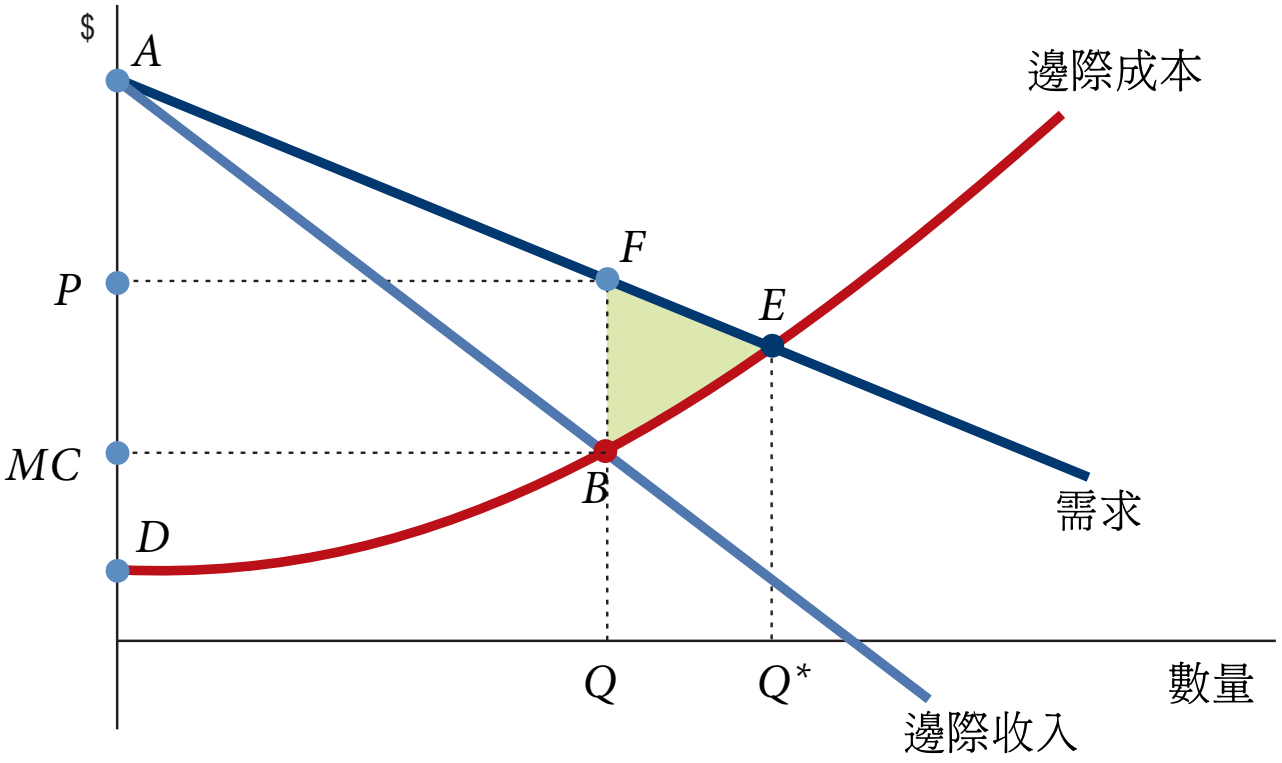
- 咖啡店的需求線到底是 D 還是 D'?
- 需求大小之評估不易, 換言之, 任何投資都有風險 (risk)

具獨占力廠商無供給線



- 獨占廠商可能在不同價格 (P', P'') 下供給相同數量 (Q')

獨占的淨損失



- 具獨占力量廠商最大利潤之產量為 Q
- 若產量增加至 Q^*, 生產者剩餘與消費者剩餘達到最大
- FEB 面積稱為獨占的淨損失 (deadweight loss of monopoly)

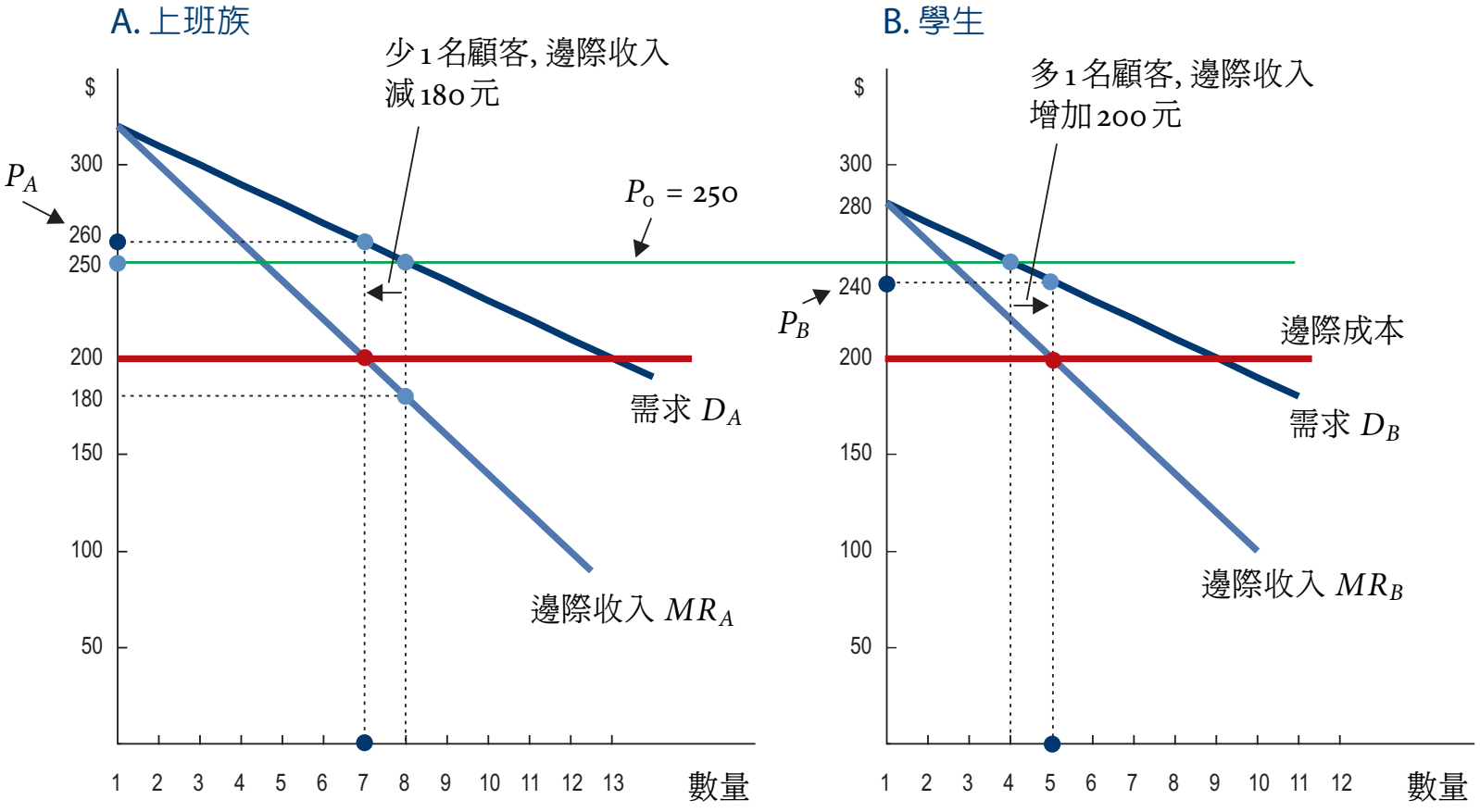
獨占的淨損失

- 淨損失的原因是產量低於最適水準
- 若產量由 Q 增加1單位, 消費者的願付價格仍然高於生產者的邊際成本, 故此一單位的產量增加可提升生產要素資源配置的效率
- 只要需求線為負斜率, 獨占淨損失即會出現

差別訂價的例子

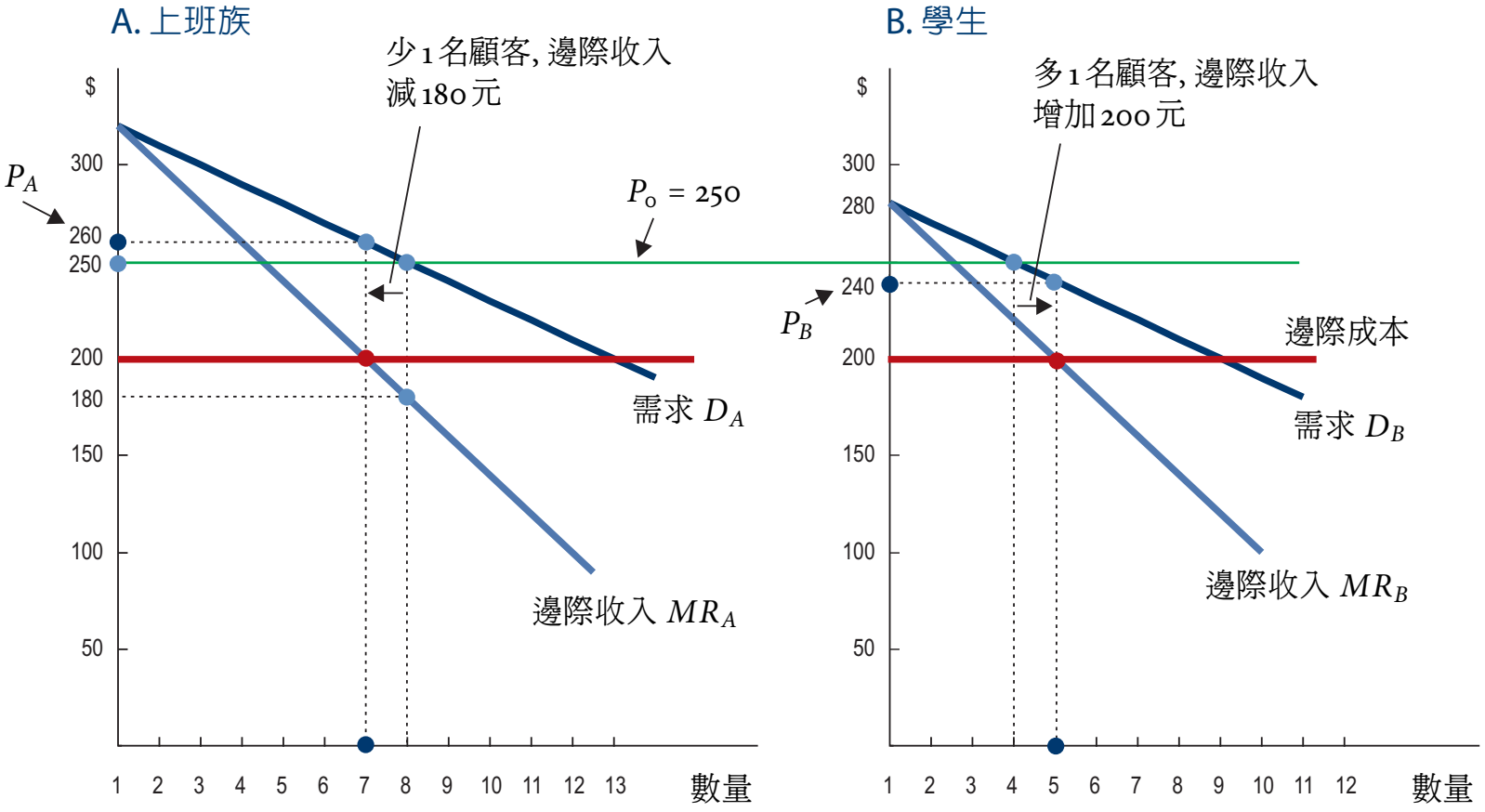
- 差別訂價 (price discrimination): 廠商對不同消費者的售價不同; 或者同一消費者, 但不同消費數量訂不同價格
- 電影院: 全票 vs. 學生票
- 台灣高鐵 (2009年暑假):「四人同行, 一人免費」
- 便利商店:「同品項, 第二件五折」
- 英文教科書: “Not for Sale in the United States”

差別訂價



- 假設邊際成本為固定值, 等於200元
- 若無差別定價, 票價等於250元 ($MR = MC$)
- 差別訂價使總收入增加20元, 利潤也增加20元

差別訂價

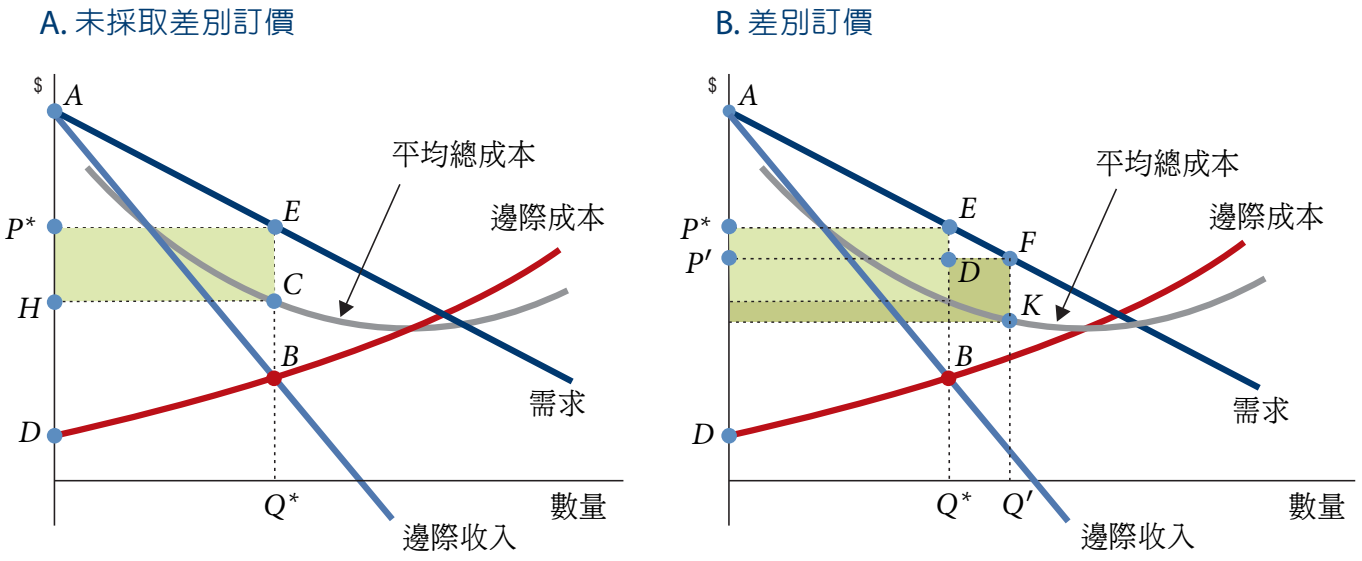


- 若採差別訂價, $P_A = 260, P_B = 260$
- 上班族少1人 (8人減為7人), 收入減180元; 學生多1人 (4人增為5人), 收入增加200元, 故利潤增加20元

採差別訂價的條件

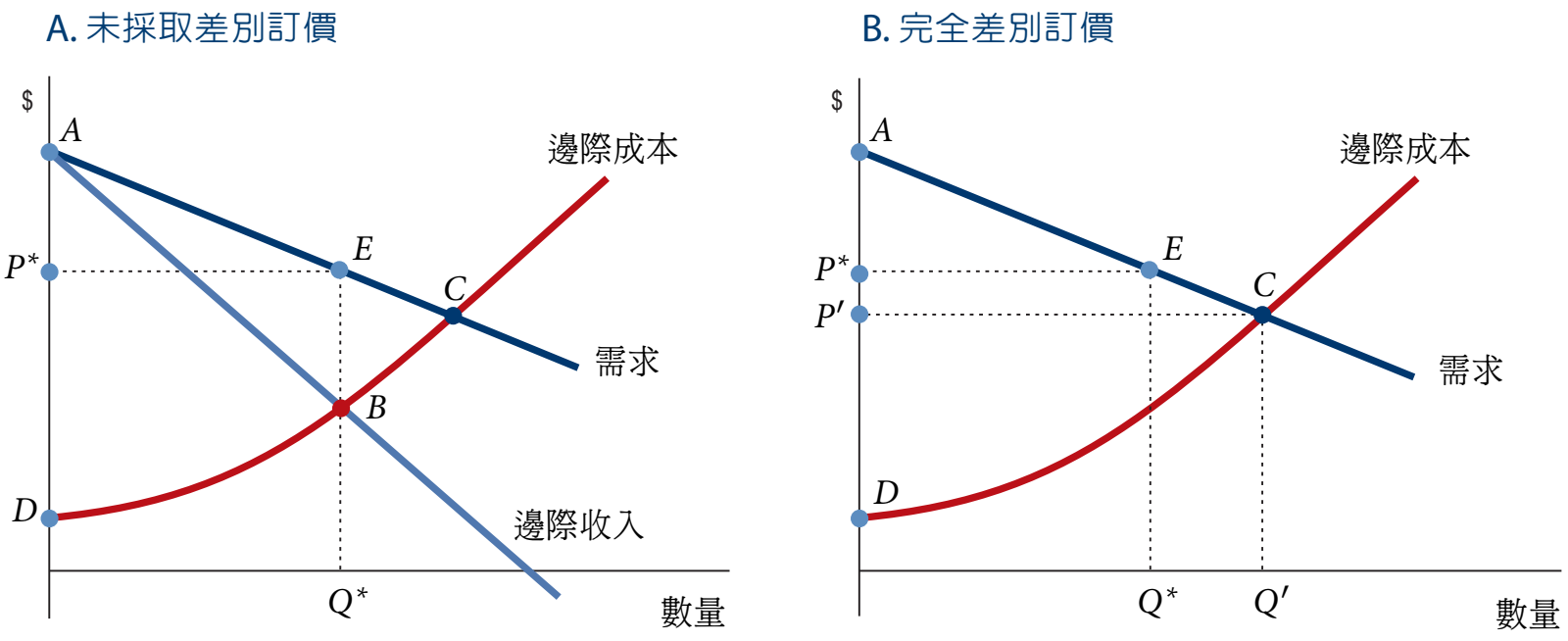
- 廠商具有獨占力量
- 廠商能夠區別顧客之需求不同
- 顧客之間無法買低賣高套利, 或者套利成本高

差別訂價使利潤增加



- 差別訂價使產量增加, 而且廠商的利潤增加, 故廠商有誘因
- Q^* 以上的產量售價為 P', 總產量為 Q'
- 利潤由 P^*ECH 方形面積再增加了圖 B 的深色面積
- 消費者剩餘也增加: 消費者剩餘原為 AEP^* 三角形面積, 差別訂價後再增加 EFD 三角形面積

完全差別訂價

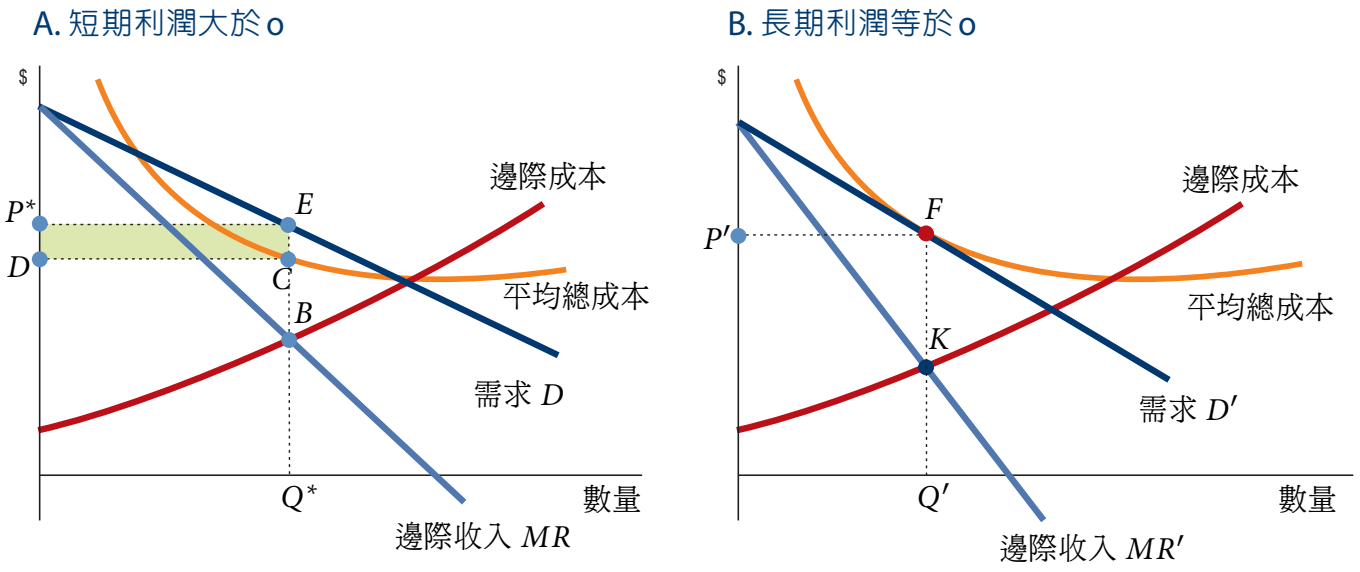


- 完全差別訂價 (perfect price discrimination): 廠商對每一位消費者分別訂價, 而且價格恰等於其願付價格
- 購買第 Q' 單位的消費者之願付價格為 P'。故廠商對此消費者之訂價為 P', 這也是其邊際收入。
- 利潤最大之產量為 Q', 生產者剩餘等於 ACD

價格歧視

- 在完全價格歧視下, 不會出現獨占的淨損失
- 消費者剩餘與生產者剩餘會達到最大。
- 但是, 消費者剩餘等於0; 交易的利益全部歸生產者所有, 生產者剩餘達到最大

具獨占力量廠商之長期利潤



- 產量為 Q^* 時, 利潤大於 0
- 若市場可自由進出, 其他廠家會加入市場; 廠商數目增加之後, 個別廠商的需求下降, 邊際成本也可能受影響
- 圖 B 假設邊際成本不變, 但需求變為 D', 長期之後, 利潤趨近於0

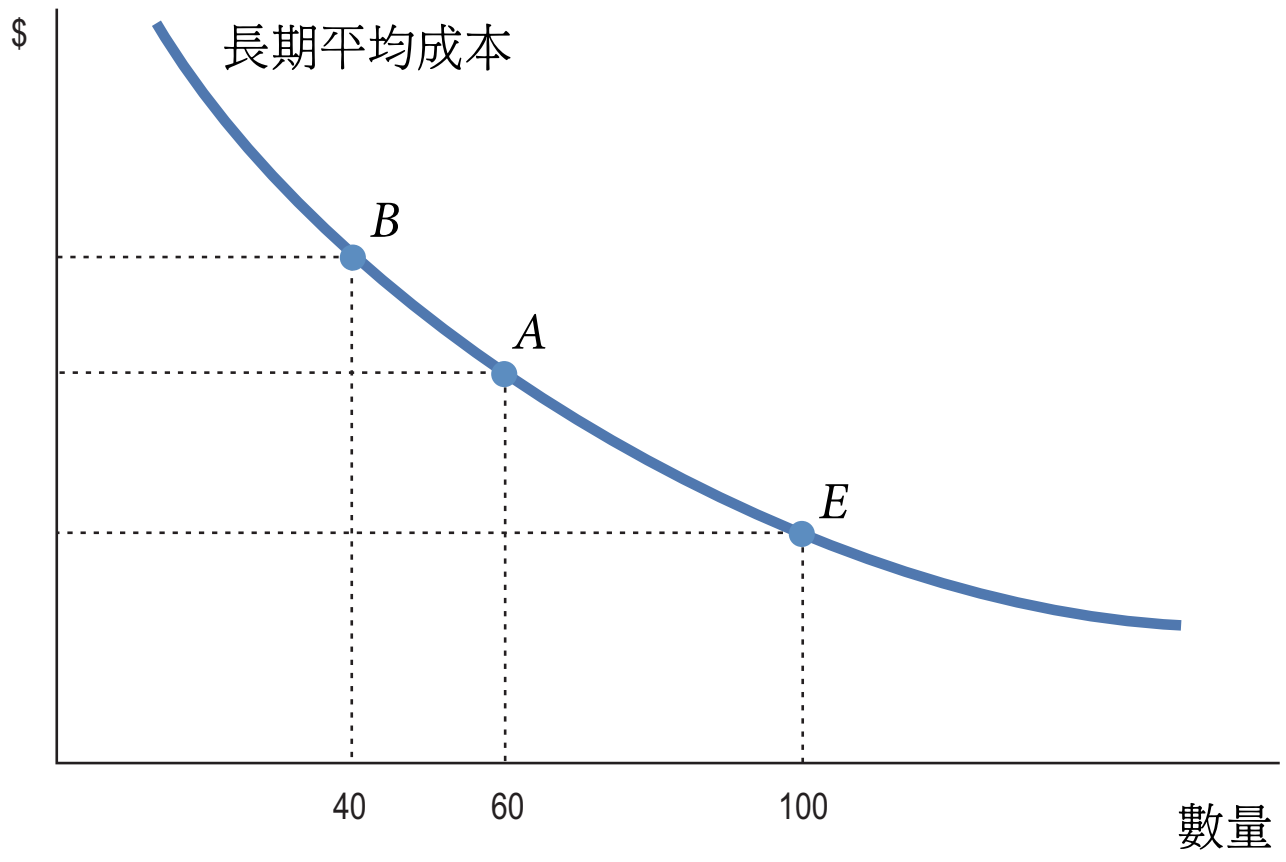
進入障礙

- 若有進入障礙 (barriers to entry), 廠商的長期利潤可以大於0

如何設立進入障礙?

- 資源獨占: 廠商獨占某項主要的生產要素, 如荷蘭東印度公司獨買原住民鹿皮; 南非的 De Beers 公司早期曾提供全球90%的鑽石
- 政府管制: 政府規定某項產品僅能由一家廠商生產, 如1990年代以前的台電與台灣中油
- 自然獨占 (natural monopoly): 由一家廠商提供市場之所需, 其成本比兩家或多家廠商共同提供還要低, 如自來水公司, 高壓電輸配管線, 大台北瓦斯公司

自然獨占



- 自然獨占: 只由 1 家廠商生產時平均總成本較低