

# Klamavá reklama a minimální standardy kvality

Zuzana Hrazděrová

Přírodovědecká fakulta Masarykovy univerzity

10. 3. 2014

# Osnova

- 1 Obsah práce
- 2 Cíl práce
- 3 Klamavá reklama
- 4 Model
- 5 Minimální standardy kvality

# Obsah práce

- zkoumání vztahu mezi dezinformací o kvalitě produktu a standardů kvality (minimální standardy kvality pro nízkokvalitní produkty a certifikační kritéria pro vysoce kvalitní produkty)
- produkty jsou vertikálně diferencované podle bezpečnostních nebo zdravotních aspektů
- zaměření na sociální efekt regulace dezinformace a zpřísnění minimálních standardů kvality

# Cíl práce

- 2 hlavní cíle:
  - vyšetřit efekt regulace dezinformace za přítomnosti standardů kvality na sociální blahobyt
  - prozkoumat efekt přísnějších minimálních standardů kvality za přítomnosti dezinformace

# Klamavá reklama

- spotřebitelé nejsou homogenní ve svých preferencích ohledně kvality a ceny produktu, firmy mají tedy motiv nějakým způsobem diferencovat svůj produkt od produktu ostatních firem a k tomuto účelu mohou využívat i klamavou reklamu
- efektem je to, že lidé vnímají produkt zdravější/bezpečnější, než opravdu je
- v reakci na rozšíření klamavé reklamy, začaly vlády regulovat reklamu

# Poptávka

- předpoklad: existuje řada heterogenních spotřebitelů, kteří se liší ve svých mezních ohodnoceních nebezpečných/nezdravých znaků produktu, pro jednoduchost uvažujme, že toto ohodnocení je na trhu rozděleno rovnoměrně a platí  $\theta \in [0, 1]$
- každý nakupuje buď 1 jednotku statku nebo nic
- dva typy statků: nízkokvalitní ( $l$ ) a vysokokvalitní ( $h$ )

- rovnovážné ceny a rovnovážné množství vyjádříme následovně:

$$p_l^*(e_l, e_h; s_l, s_h) = \frac{(\hat{s}_l - \hat{s}_h)v}{4\hat{s}_l - \hat{s}_h}, \quad p_h^*(e_l, e_h; s_l, s_h) = \frac{2(\hat{s}_l - \hat{s}_h)v}{4\hat{s}_l - \hat{s}_h}, \quad (1)$$

$$q_l^*(e_l, e_h; s_l, s_h) = \frac{v}{4\hat{s}_l - \hat{s}_h}, \quad q_h^*(e_l, e_h; s_l, s_h) = \frac{2\hat{s}_l v}{(4\hat{s}_l - \hat{s}_h) \cdot \hat{s}_h}.$$

- množství statku  $k$  roste při dezinformaci o nízkoqualitním produktu a klesá při dezinformaci o statku  $h$ , cena statku  $k$  klesá (resp. roste) při dezinformaci o statku  $l$  (resp.  $h$ )

- označme výnosy firem jako  $R_k = p_k^* \cdot q_k^*$
- zjistíme, že např. při dezinformaci o statku  $l$ , klesá příjem firmy vyrábějící produkt vysoké kvality, neboť  $\frac{\partial R_h}{\partial e_l} < 0$  a při dezinformaci o statku  $h$  rostou příjmy obou firem:  $\frac{\partial R_h}{\partial e_h} > 0$ ,  
 $\frac{\partial R_l}{\partial e_h} > 0$



- označme si spotřebitelské přebytky při spotřebě statku  $k$ ,  
( $k = l, h$ )

$$CS_l = \frac{6\hat{s}_l - s_l}{2(4\hat{s}_l - \hat{s}_h)^2} \cdot v^2,$$

$$CS_h = \frac{4\hat{s}_l\hat{s}_h(2\hat{s}_l + \hat{s}_h) - 4s_h(\hat{s}_l\hat{s}_h + \hat{s}_l^2)}{2\hat{s}_h^2(4\hat{s}_l - \hat{s}_h)^2} \cdot v^2$$

- efekt při změnách v množství dezinformace na spotřebitelský přebytek

$$\frac{\partial CS_l}{\partial e_h} < 0, \quad \frac{\partial CS_h}{\partial e_h} < 0.$$

- Tedy přírůstek v dezinformaci o vysokokvalitním statku vždy sníží spotřebitelský přebytek, je tudíž nadbytečná.

## Efekt na blahobyt

- blahobyt je v tomto případě součet celkového spotřebitelského přebytku a výnosů obou firem, efekt na blahobyt vyšetřujeme pro každý případ zvlášť
- nechť  $e_h$  je fixní: získáváme, že pokud jsou množství dezinformací vytvářených oběma firmami větší než určité stupně,  $e_k > s_k/3$ , pak malý pokles v dezinformaci o nízkokvalitním produktu zlepšuje blahobyt, neboť pro  $e_k > s_k/3$  je  $\frac{\partial CS + R_h + R_l}{\partial e_l} < 0$

- necht'  $e_l$  je fixní: pak  $\frac{\partial CS + R_h + R_l}{\partial e_h} < 0$ , tedy účinek na přebytek spotřebitele, který je záporný, dominuje nad efektem na výnosy firem, který je kladný. Můžeme tedy říci, že malý pokles v dezinformaci o statku  $h$  vždy zvyšuje blahobyt.
- pokud tedy vláda přesně reguluje množství dezinformace, pak může zlepšit blahobyt. Přísnější regulace dezinformace o statku  $h$  vždy zlepšuje blahobyt a pokud  $e_k > s_k/3$ , pak také přísnější regulace dezinformace o statku  $l$  zlepšuje blahobyt.

# Vládní zásahy

- přímá regulace
- nepřímá regulace: vysílání kontra informací, zdanění reklamy, vzděláváním spotřebitelů
- čím lepší mají spotřebitelé informace a vědomosti, tím je těžší pro firmu vytvořit určitý stupeň dezinformace a tím i nákladnější
- za předpokladu, že náklady na vytvoření určitého stupně dezinformace jsou stejné pro oba typy produktu, pak tyto nepřímé zásahy snižují množství dezinformace o obou produktech

- pokud tyto náklady nejsou stejné, pak vláda odesláním informací o jednom produktu také snižuje množství dezinformace o obou produktech, vyplývá z vlastnosti, že jsou to strategické doplňky
- z předchozího tedy vyplývá, že tyto vládní zásahy by měly vést ke zvýšení příjmů i spotřebitelského přebytku

# Minimální standardy kvality

- MSK přímo působí na kvalitu produktu  $l$ : přísnější MSK  $\Rightarrow$  menší  $s_l$
- změna v  $s_l$  působí na množství dezinformace, celkový efekt změny v MSK na blahobyt vyjádříme následovně:

$$\frac{dW}{ds_l} = \frac{\partial W}{\partial s_l} + \frac{\partial W}{\partial e_l} \frac{de_l}{ds_l} + \frac{\partial W}{\partial e_h} \frac{de_h}{ds_l}.$$

- první výraz vyjadřuje přímý efekt, dva další vyjadřují nepřímé efekty

- přímý efekt: zjistíme, že pokud  $e_k > 5/13 \cdot s_k$ , pak  $\partial(CS + R_l + R_h)/\partial s_l > 0$  vždy platí
- tedy čím větší množství dezinformace, tím je pravděpodobnější, že přímý efekt přísnějších MSK způsobí snížení blahobytu
- nepřímé efekty: přísnější MSK (menší  $s_l$ ) vždy vedou k většímu množství dezinformace o  $h$ , navíc, pokud  $\hat{s}_l > 5\hat{s}_h/2$ , pak přísnější MSK vedou ke zvýšení dezinformace o  $l$ , tedy přísnější MSK mohou poškodit blahobyt díky existenci dezinformace.