

The Market for Lemons

„Trh s citrónmi“ (Market for Lemons) je klasický ekonomický experiment, ktorý vytvoril nositeľ Nobelovej ceny George Akerlof na ilustráciu konceptu asymetrických informácií na trhoch. V tomto experimente sa účastníci zúčastňujú na trhu, na ktorom existujú dva druhy tovaru: vysokokvalitný a nízkokvalitný (citróny). Problém spočíva v tom, že kupujúci nedokážu ľahko rozlíšiť medzi týmito dvoma druhmi. Tu je zjednodušená verzia experimentu, ktorú môžete vykonať pomocou papiera a ceruzky:

Potrebné pomôcky:

- Účastníci: Rozdeľte účastníkov do dvoch skupín: predávajúcich a kupujúcich.
- Papier a ceruzka pre každého účastníka: Účastníci ich budú používať na rozhodovanie a zaznamenávanie informácií.
- Indexové karty alebo malé kúsky papiera: Predstavujú kvalitu tovaru (kvalitný alebo nekvalitný).

Pokyny:

1. kolo - Predajcovia:

- **Priradenie tovaru:**

Rozdajte každému predávajúcemu kartičky alebo papieriky s označením, či predáva vysokokvalitný alebo nekvalitný výrobok. Zdôraznite, že tieto informácie by mali zostať dôverné.

- **Uvedenie ceny:**

Požiadajte predávajúcich, aby napísali cenu, za ktorú sú ochotní svoj výrobok predať. Povzbudte ich, aby zvážili svoje náklady a požadovaný zisk.

2. kolo - Kupujúci:

- **Zhromažďovanie informácií:**

Poskytnite každému kupujúcemu príležitosť opýtať sa na kvalitu tovaru. Predávajúci môžu odpovedať len "áno" alebo "nie" bez toho, aby prezradili konkrétnu kvalitu svojho výrobku. To simuluje obmedzené informácie, ktoré majú kupujúci k dispozícii v reálnych situáciách.

- **Rozhodovanie:**

Požiadajte kupujúcich, aby sa rozhodli na základe obmedzených informácií, ktoré získali. Musia sa rozhodnúť, či výrobok kúpia a za akú cenu. Povzbudte kupujúcich, aby zvažili riziko získania nekvalitného výrobku.

- **Transakcie:**

Umožnite kupujúcim a predávajúcim uskutočniť transakcie na základe ich rozhodnutí. Transakcie by mali zahŕňať zaplatenie dohodnutej ceny kupujúcim predávajúcemu. Sledujte transakcie, aby ste mohli neskôr analyzovať ich výsledky.

3. kolo - hodnotenie:

- **Odhaľte kvalitu:**

Po ukončení všetkých transakcií požiadajte predávajúcich, aby odhalili kvalitu svojich výrobkov tak, že ukážu svoje kartičky alebo papieriky. Tento krok je kľúčový pre analýzu výsledkov trhu a diskusiu o vplyve asymetrických informácií.

Diskusia:

Uľahčite diskusiu o výsledkoch. Povzbudte účastníkov, aby sa podelili o svoje skúsenosti a postrehy. Diskutujte o tom, ako neistota týkajúca sa kvality výrobkov ovplyvnila trhové transakcie. Zvážte otázky, ako napr:

- Ako informačná asymetria ovplyvnila interakcie medzi kupujúcim a predávajúcim?
- Existovali rozdiely v cenách vysokokvalitného a nekvalitného tovaru?
- Stali sa kupujúci váhaví alebo skeptickí v dôsledku nedostatku informácií?

Vyhodnotenie:

Diskutujte o asymetrických informáciách:

Porozprávajte sa o tom, ako nedostatok informácií o kvalite výrobku viedol k neefektívnosti trhu.

Prepojenie s reálnymi trhmi:

Diskutujte o príkladoch z reálneho sveta, kde asymetrické informácie môžu viesť k zlyhaniu trhu, napríklad na trhu s ojazdenými autami, na trhoch s poistením atď.

Ekonomické pojmy:

Uveďte alebo prediskutujte ekonomické pojmy ako nepriaznivý výber, morálny hazard a úloha informácií na trhoch.

Poznámky:

Experiment môžete zopakovať s rôznymi parametrami, napríklad so zmenou pomeru kvalitného a nekvalitného tovaru, úpravou cien alebo povolením vyjednávania.

Vyzvite účastníkov, aby sa zamysleli nad tým, ako tento experiment súvisí s reálnymi situáciami a dynamikou trhu.

Tento experiment na papieri a ceruzke poskytuje jednoduchý, ale účinný spôsob, ako demonštrovať problémy, ktoré predstavujú asymetrické informácie na trhoch, pomocou klasického scenára "Trh s citrónmi".