

Tiedekunta-Fakultet-Faculty Valtiotieteellinen tiedekunta		Laitos-Institution-Department Kansantaloustieteen laitos	
Tekijä-Författare-Author Norhoma, Samuli			
Työn nimi-Arbetets titel-Title Digitaalinen kauppa monopolistisena markkinana			
Oppiaine-Läroämne-Subject Kansantaloustiede			
Työn laji-Arbetets art-Level Pro gradu		Aika-Datum-Month and year 2000-11-02	Sivumäärä-Sidantal-Number of pages 57
<p>Tiivistelmä-Referat-Abstract</p> <p>Tutkimuksessa selvitetään monopolistisen kilpailun teorian toimivuutta uuden talouden digitaalisen kaupan tutkimuksessa. Digitaalinen kaupalla käsitetään tutkimuksessa bitteihin perustuvan tuotteen, jolla ei ole fyysistä olomuotoa, kauppaa sähköisten digitaaliverkkojen kautta. Periaatteessa kyse on tällöin tuotteista, joiden hinnoittelu ei voi perustua marginaalikustannuksiin, jotka digitaalituotteille määritelmällisesti ovat olemattomat. Hinnoittelu voi tällöin pohjata esimerkiksi kuluttajien preferensseihin, joitten tunnistaminen digitaalikaupassa on helppoa. Samalla mahdollisuudet tuotteiden personointiin eli tuotedifferentiointiin kasvavat, seurauksena on monopolistinen markkinatilanne markkina-alueella, joka käsittää koko maailman.</p> <p>Käytännössä tutkimuksessa tutkitaan sähköistä digitaalituotteiden kauppaa monopolistisena markkinana. Teoriaosuus käsittää kaksi monopolistisen kilpailun mallia (Salop-Perloff, 1985 ; Salop, 1975), joista saatuja tuloksia tuotedifferentiaation, hintadiskriminaation, informaation jaon ja markkinoilletulon suhteen sovelletaan digitaaliseen kaupankäyntiin.</p> <p>Tutkimuksessa osoitetaan, että digitaalinen kaupankäynti lisää mahdollisuuksia kuluttaja-arbitraasien hallintaan, tehokkaampaan kaupan transaktioiden personointiin, tuotedifferentiaatioon ja sitä kautta preferensseihin perustuvaan personoituun hinnoitteluun eli hintadiskriminaatioon.</p> <p>Nämä lisääntyneet mahdollisuudet luovat yrityksille mahdollisuuden ylläpitää monopolistista markkinatilannetta eli hinnoitella tuotteensa itsenäisesti, kilpailijoiden valinnoista välittämättä pitemmällä aikavälillä kuin perinteisillä markkinoilla. Seurauksena on samalla kuluttajan hyvinvoinnin ylijäämän siirtyminen yrityksille.</p>			
Avainsanat-Nyckelord-Keywords verkkokauppa - digitaalitekniikka monopolit - markkinat - digitaalituotteet sähköinen kaupankäynti tuotedifferentiaatio hintadiskriminointi			
Säilytyspaikka-Förvaringsställe-Where deposited			
Muita tietoja-Övriga uppgifter-Additional information			