

Tato práce se zabývá problémem známým v literatuře jako problém prodavače novin. Po shrnutí základního modelu se věnujeme dvěma rozšířením tohoto problému a jejich spojením do jediného modelu. Prvním rozšířením je možnost prodavače volit prodejní cenu. Druhým rozšířením je vytvoření trhu více prodejců. Obě tyto situace popisujeme v první kapitole této práce. Ve druhé kapitole se pak zabýváme spojením obou uvedených rozšíření, tedy trhem více prodejců, kteří navíc mohou volit svou prodejní cenu. Zabývali jsme se více modely, které popisují takový trh, a zjistili jsme, že se jedná o velice komplexní problém. Pro speciální případ takového trhu se dvěma prodejci jsme však našli optimální reakci jednoho prodejce na druhého. To nám umožnilo vytvořit program zkoumající takový trh, zejména závislost optimálního rozhodnutí jednoho prodejce na strategii druhého prodejce a přítomnost Nashových ekvilibrií.