

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АСИММЕТРИИ ИНФОРМАЦИИ
THEORETICAL FOUNDATIONS OF INFORMATION ASSYMETRY**

ПЕТРУХИНА Н.А., канд. экон. наук, доцент, НОУ ВПО «Университет управления «ТИСБИ»
e-mail: Napetruhina@mail.ru

PETRUKHINA N.A., Candidate of Economic Sciences, docent, the University of Management «TISBI»
e-mail: Napetruhina@mail.ru

Аннотация

В работе рассматриваются теоретические постулаты асимметрии информации, причины ее возникновения, определяются способы снижения асимметрии информации, приводятся примеры асимметрии информации на различных рынках.

Abstract

In the article theoretical postulates of the asymmetry of information and causes of its origin are defined; ways to reduce information asymmetry and examples of asymmetric information in various markets are given.

Ключевые слова: асимметрия, асимметрия информации, транзакционные издержки, неопределенность качества, экономика информации.

Key words: asymmetry, information asymmetry, transaction costs, quality uncertainty, information economy.

Под асимметрией информации понимается положение, при котором один субъект рынка располагает более важной и/или более полной информацией, нежели другой заинтересованный субъект рынка.

Впервые проблему неопределенности качества на рынке подержанных автомобилей обозначил в 1970 году Джордж А.Акерлоф [1].

Предположим, на рынке подержанных автомобилей продаются машины двух категорий качества: выше среднего – хорошие и ниже среднего – плохие («лимоны»). Цена первой категории для продавцов – 3000 долл. и для покупателей – 3600 долл. Цены второй категории соответственно равны 1000 и 1200 долл. Если обе категории имеются в одинаковом количестве, то средняя цена за автомобиль должна была быть 2000 долл. для продавцов и 2400 долл. для покупателей. Вероятность купить хороший автомобиль в этом случае равна 50%.

Однако продавцы знают качество своих автомобилей, а покупатели нет. Для владельцев хороших автомобилей цена 2000 долл. является заведомо убыточной, а потому неприемлемой. Наоборот, для владельцев «лимонов» цена в 2000 долл. превышает их самые радужные ожидания. В условиях асимметричной информации (продавцы знают о качестве автомобилей больше, чем покупатели) рынок подержанных автомобилей подвергнется существенной деформации. Рациональные продавцы хороших машин будут отказываться от продажи машин себе в убыток. Предложение их сократится. Предложение же плохих машин возрастет. Вероятность покупки хорошей машины в этом случае будет снижаться с 50% до 0. В конце концов, на автомобильном рынке останутся только «лимоны».

Выделяются 3 основных причины возникновения асимметрии информации:

В случае недостоверности информации ее проверка потребует дополнительных затрат. Поэтому субъект не обязательно стремится к более достоверной информации.

Огромное количество информации не позволяет собрать и накопить ее всю ввиду недостатка средств, помимо этого, субъект может принять неверное решение и собрать нерелевантную информацию.

Все субъекты рынка в одинаковой степени не способны отбирать, анализировать и накапливать информацию обо всем, что им встречается [4].

Однако на современном этапе развития экономики в условиях быстрых изменений внешней среды у субъектов рынка возникает более острая необходимость в достоверной полной рыночной информации, симметрично распределенной между агентами рынка. Симметричная информация способствует повышению конкурентоспособности и более полной реализации экономических потенциалов субъектов. Одновременно неравномерное распределение информации между агентами рынка обусловлено их хозяйственной обособленностью, порождает феномен асимметрии [3].

Асимметрия информации является чертой, имманентно присущей различным рынкам и в силу их специфики обладающей особыми характеристиками, формами проявления, направлениями воздействия на агентов рынка. Она препятствует принятию экономическими субъектами оптимальных решений и эффективному распределению ресурсов, приводит к неблагоприятному отбору, возникновению морального риска (*moral hazard*) и создает возможности для реализации оппортунистического поведения сторон, увеличивает транзакционные издержки.

На любом рынке информационная асимметрия характеризуется своей спецификой, анализ которой помогает понять особенности процесса принятия решений его субъектами. Наблюдаемое в обществе неравномерное распределение информации, ее неодинаковая доступность для различных субъектов рынка, наличие неценовых информационных сигналов приводят к тому, что одни субъекты получают информационное преимущество перед другими, постепенно трансформируемое в экономическое, социальное или

политическое преимущество. Результатом являются недостаток и недоступность рыночной информации, что препятствует принятию оптимальных решений. Другая проблема – неравномерное распределение имеющейся информации среди участников рынка, в результате чего возможны серьезные деформации в поведении продавцов и покупателей. В связи с этим возникает необходимость разработки экономического механизма, направленного на снижение последствий асимметрии информации и повышение эффективности функционирования отраслевых рынков. Развитие рынка информационных услуг как фактора снижения асимметрии информации может стать основой для принятия решений, повышающих эффективность такого механизма, а также эффективность бизнес-процессов предприятий и отраслей на рынках с асимметричной информацией.

Значимость информации для принятия решений не нуждается в каком-то особом обосновании. Достаточным доказательством является то, что предположение о полноте информации принималось в качестве обязательного при анализе всех основных микроэкономических моделей рынка.

Между тем, информационное обеспечение – весьма сложная проблема. Во-первых, по большей части представляет сложность доступ к информации. По крайней мере, получение практически любой информации связано с затратами. Так что стремление к ее получению предполагает соизмерение затрат, связанных с получением информации, и дополнительных выгод от ее получения.

В каких бы формах ни проявлялись последствия асимметрии информации, все они свидетельствуют о том, что асимметрия информации оказывает серьезное негативное влияние, выражающееся в снижении эффективности принимаемых участниками рынка решений, функционирования самого рынка и экономики в целом.

Регулирование проблемы асимметрии информации может проводиться на уровне оптимизации экономической системы в целом. При этом рыночная информация играет роль общественного блага, а ее распространение – одна из важнейших функций общества. Поэтому определяющими способами снижения асимметрии информации являются законодательное регулирование экономической деятельности, развитие и поддержка государством деятельности общественных организаций – союзов (ассоциаций) потребителей и производителей, социальное страхование, организация институтов информационного посредничества – кредитных бюро, накапливающих ретроспективную информацию институционального характера.

Эффекты информационной асимметрии наряду с транзакционными затратами представляют собой «дефекты микроструктуры» рыночных взаимодействий субъектов экономической деятельности, приводящие к неоптимальному размещению ресурсов. Экономика информации – интенсивно развивающаяся отрасль микроэкономики. В круг ее проблем

входят методы сигнализирования, позволяющие ограничить асимметрию информации.

Преодоление проблемы асимметрии информации на уровне функционирования экономических агентов – забота фирмы. Причем часто фирмам приходится решать проблему как со стороны спроса, где асимметрия информации проявляется в скрытых для фирмы характеристиках покупателей, так и со стороны предложения, где фирма должна обезопасить себя от проявлений негативного отбора [5].

Приведем примеры асимметрии информации на различных рынках.

Асимметрия информации на рынке страхования. Здесь основой для заключения контракта между продавцом и покупателем является неопределенность. При невозможности деления клиентов на группы по степени риска страховые компании устанавливают для всех единый размер страхового взноса. В результате клиенты с низкой степенью риска переплачивают за риск. Таким образом, при отсутствии информации о клиентах страхователь осуществляет «ухудшающий отбор». Этой ситуации можно было бы избежать, если бы участники рынка располагали одинаковой информацией о риске. Следствием ухудшающего отбора являются неэффективная работа рынка, неэффективное размещение ресурсов, а сам «ухудшающий отбор» является следствием информационной асимметрии. С проблемой «ухудшающего отбора» и информационного неравенства также связан случай так называемого «морального риска». Например, приобретение страховки индивидом может побудить его чаще рисковать. Как результат, у страховой компании возрастают расходы, что приводит к увеличению размера страхового взноса для всех, а не только для виновника увеличения расходов, а также к увеличению социальных издержек. Из вышесказанного следует, что рынок страхования в условиях асимметрии информации является неэффективным.

Кредитный рынок. При предоставлении кредита банки занижают процентные ставки относительно равновесного уровня и осуществляют рационализацию кредита, требуя его надежного залогового обеспечения. Банкиры прекрасно понимают, что высокие процентные ставки могут отпугнуть в первую очередь серьезных клиентов, имеющих умеренно рентабельные проекты и не склонных к риску. С другой стороны, аферист может согласиться на любые процентные ставки, лишь бы заполучить кредит. Таким образом, снижаются количество рискованных проектов, принимаемых для кредитования, и доля недобросовестных заемщиков.

Рынок ценных бумаг. В случае с ипотечными ценными бумагами проблема асимметрии информации проявляется в том, что их эмитент имеет больше информации, чем инвестор, относительно качества предлагаемых ценных бумаг и стоящих за ними ипотечных кредитов. Отсутствие у инвесторов достаточного объема информации об ипотечных ценных бумагах может привести к тому, что они не решатся покупать ценные бумаги или потребуют повышения доходности по таким бумагам в качестве компенсации за риск. Выпуск ипотечных ценных бумаг последней очереди

представляет собой самый рискованный транш, на котором лежит риск неисполнения обязательств по ипотечным кредитам, входящих в состав ипотечного покрытия. Обычному инвестору трудно оценить качество всех ипотечных кредитов, стоящих за ипотечной ценной бумагой. Однако эмитент ценных бумаг может использовать сигналы о наличии высокого качества ипотечного покрытия. В частности, в международной практике инициатор рефинансирования ипотечных кредитов может приобрести весь выпуск последней очереди себе в собственность, показывая тем самым наличие у пула ипотечных кредитов приемлемого качества. Таким образом, эмиссия нескольких выпусков ипотечных ценных бумаг свидетельствует о качестве стоящего за ними ипотечного покрытия. Такой сигнал позволяет без каких-либо расходов со стороны инвесторов разрешить проблему с имеющейся на финансовом рынке асимметрией информации.

Рынок здравоохранения. На рынке медицинских услуг покупка услуг врача рассматривается как плата за его профессиональные знания. Здесь информационная асимметрия связана с тем, что врач и пациент, оплачивающий его услуги, обладают различной информацией. У врача возникает соблазн назначить пациенту более дорогой курс лечения. В этом случае появляется место для возникновения механизма, благодаря которому рынок адаптируется к информационному неравенству. Возникают такие понятия, как профессиональная и предпринимательская этика и нравственные ценности, которые постепенно внедряются в рыночные отношения. Асимметрия информации также проявляется в условиях конкурентной борьбы между лечебными заведениями. Как показали исследования зарубежных стран, недостаток данных может стать причиной негативного влияния конкуренции больниц на качество лечения. Это дает дополнительный аргумент в пользу усиления мер, направленных на повышение прозрачности показателей, обработку информации о деятельности системы и на дальнейшие более детальные оценки причинно-следственных зависимостей. Асимметрия информации при условии ее усиления становится одной из главных проблем в экономике здравоохранения, мешающей выйти на общественно эффективные уровни затрат, объемов, качества медицинской помощи.

Рынок труда. Прежде всего, асимметрия информации проявляется на стадии найма работников. В этот момент работодатель не знает реального качества приобретаемого товара. Однако доступен ряд других характеристик (образование, возраст, пол, национальность, опыт работы), которые рассматриваются как сигнальная информация о качестве рабочей силы, возможностях и способностях работника. Образовательные сигналы являются одними из наиболее важных. Еще один аспект асимметрии информации заключается в том, что многие фирмы завышают уровень заработной платы относительно равновесного, потому что понимают: с одной стороны, высокая зарплата обязывает к более напряженному труду и условиям формирования высокой корпоративной культуры; с другой — она обуславливает более высокие потенциальные потери для работников в случае

их увольнения. Исходя из анализа финансовых рынков, можно сделать вывод, что информационная асимметрия более характерна для отдельных отраслей сферы услуг, чем для производства товаров. Здесь защита прав потребителя должна опираться на полную информацию о качестве продаваемых товаров и услуг. Контролирующую функцию должны выполнять общества потребителей, СМИ, исполнительные органы власти и фирмы [6].

Неэффективное функционирование рынков, ограничения конкуренции являются следствием асимметрии информации. Проблема асимметрии информации приобретает особо важную научную и практическую значимость. Все острее становится необходимость в теоретических разработках, позволяющих выявить последствия растущего влияния информации и асимметрии информации на экономические процессы, а также методов уменьшения негативного воздействия асимметрии информации как на субъекты рынка, так и на экономику в целом.

Литература:

1. Akerlof G. The Market for «Lemons»: Quality Uncertainty and the Market Mechanism // The Quarterly Journal of Economics, Aug 1970. - Vol. 84, Issue 3. - P. 488-500
2. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. — 2-е изд., испр. - М.: ИНФРА-М, 1999. - 479 с
3. Макконелл К., Брю С. Экономикс. - 14-е изд. - М.: ИНФРА-М, 2002. – Гл. 30, раздел «Недостаточность информации».
4. Шкалаберда Я.Л. Асимметрия информации в рыночной системе хозяйствования / Я.Л. Шкалаберда. – М., 2007. - 31 с.
5. 50 лекций по микроэкономике, лекция 49 [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://50.economicus.ru>. – Дата доступа: 14.10.2010.
6. Рой Л.В., Третьяк В.П. Анализ отраслевых рынков. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 442 с.

References:

1. Akerlof G. The Market for «Lemons»: Quality Uncertainty and the Market Mechanism // The Quarterly Journal of Economics, Aug 1970. - Vol. 84, Issue 3. - P. 488-500
2. Raizberg B.A., Lozovsky L.S., Starodubtseva E.B. Modern Dictionary of Economics. - 2nd ed., Rev. - Moscow: INFRA-M, 1999. – 479 p.p.
3. McConnell, K., C. Brue Economics. - 14th ed. - Moscow: INFRA-M, 2002. - Ch. 30, section «The lack of information».
4. Shkalaberda Y.L. The asymmetry of information in a market economic system / Y.L. Shkalaberda. - M., 2007. - 31 p.
5. 50 lectures on microeconomics, Lecture 49 [electronic resource] / Mode of access: <http://50.economicus.ru>. - Date of access: 14.10.2010.
6. Roy L., V. Tretiak The analysis of industrial markets. - Moscow: INFRA-M, 2008. - 442 p.