

## Тема **15.** Асимметрия информации и неполные рынки

### Вопросы:

- . Асимметрия информации и рынок «лимонов»
- . Рынок страховых услуг
- . Аукционы и эффект асимметрии информации
- . Преодоление асимметрии информации

# Асимметрия информации и рынок «ЛИМОНОВ»

**Асимметричное распределение информации** в процессе обмена объясняется тем, что продавцы, а в некоторых ситуациях и покупатели, как правило, скрывают свои истинные знания в целях получения неких преимуществ.

# Асимметрия информации и рынок

## «ЛИМОНОВ»

*Асимметрия информации* — это ситуация, при которой отдельные участники сделки обладают необходимой информацией в достаточной степени, в то время как другие участвующие в сделке лица не располагают ею.

К примерам рынков с асимметрией информации о качестве товаров относят:

- рынки подержанных автомобилей,
- страховых услуг,
- кредита,
- рынок труда и т. п.

# Асимметрия информации и рынок

## «ЛИМОНОВ»

*Неблагоприятный отбор* — такая ситуация, при которой на рынке с асимметричной информацией осуществляются покупки худших, а не лучших видов товаров, услуг и ресурсов.

Неблагоприятный отбор возникает:

а) покупатель не способен четко дифференцировать продавцов, предлагающих различного качества товары и услуги (например, рынок «лимонов»);

# Асимметрия информации и рынок

## «ЛИМОНОВ»

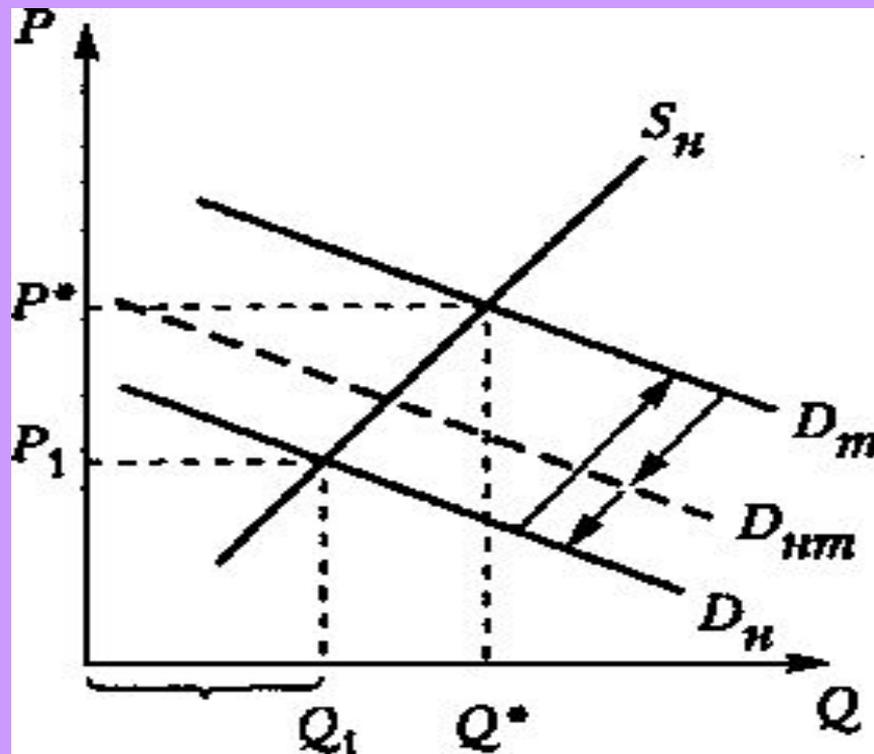
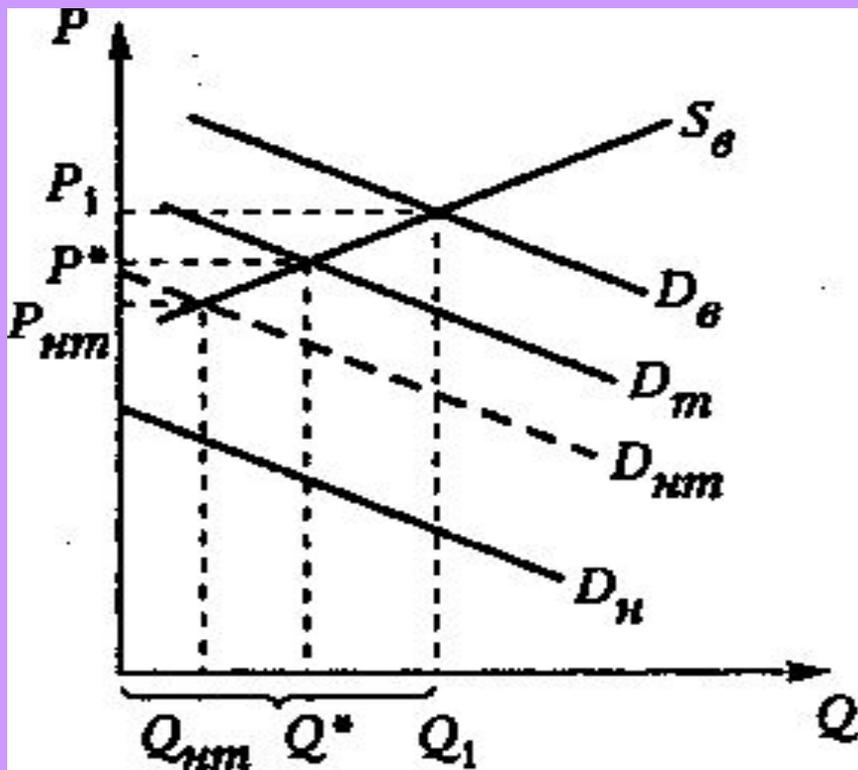
б) продавец не может классифицировать своих клиентов по затратам, необходимым для их обслуживания (например, рынок страховых услуг).

Модель рынка «лимонов», предложенная в **1970** г. Дж. А. Акерлофом описывает функционирование рынка подержанных автомобилей.

Особенность такого рынка состоит в том, что продавцы имеют преимущества в обладании информацией над покупателями.

# Асимметрия информации и рынок

## «ЛИМОНОВ»



Рынок высококачественных машин.

Рынок низкокачественных машин.

# Рынок страховых услуг

На рынке страховых услуг наряду с неблагоприятным отбором существует еще одна проблема - проблема морального риска.

*Моральный риск* — это такое поведение индивидуума, при котором им сознательно увеличивается вероятность причинения ущерба в надежде на то, что убытки будут полностью покрыты страховой компанией. Наличие морального риска приводит к несовершенству рынка страховых услуг.

# Рынок страховых услуг

Страховые рынки могут успешно и эффективно функционировать при соблюдении следующих особых условий:

**1)** должно существовать значительное число возможных страховых событий определенного вида. Страховые компании должны стремиться иметь дело с большим числом независимых рисков;

**2)** чтобы уметь оценить возможные убытки, страховые компании должны накопить опыт в отношении каждого из видов страхования;

**3)** страхование должно быть независимо от моральных рисков,

# Аукционы и эффект асимметрии информации

На некоторые товары цены устанавливаются непосредственно в момент осуществления сделки.

К таким товарам относятся:

- картины,
- скульптуры,
- раритеты и прочие товары, которые покупаются редко.

# Аукционы и эффект асимметрии информации

Аукцион относится к рынкам с асимметрично распределенной информацией.

*Особенность аукционов* состоит в том, что поиск равновесных цен ведется не самими потребителями и продавцами, а незаинтересованным третьим лицом — аукционистом, который «нащупывает» цену, уравнивающую объемы спроса и предложения.

# Аукционы и эффект асимметрии информации

Аукционы делятся на три группы:

- английские,
- голландские
- закрытые.

*Английский аукцион*, на котором ставки поднимаются снизу вверх и торги ведутся до тех пор, пока товар не будет продан покупателю, предложившему наивысшую ставку. Этот вид аукционов используется, как правило, для продажи произведений искусства.

# Аукционы и эффект асимметрии информации

*Голландский аукцион* — это аукцион, торги на котором начинаются с наивысшей ставки, а затем ставка понижается до тех пор, пока не найдется покупатель. Эти аукционы традиционно используются для продажи домов, автомобилей и т. д.

*Закрытый аукцион* — это аукцион, на котором все покупатели делают свои ставки одновременно, а владельцем товара становится тот, кто предложил наивысшую ставку. Эти аукционы используются для строительству домов, прокладке дорог.

# Преодоление асимметрии информации

К методам преодоления асимметрии информации:

**1. Сертификаты качества, лицензии и прочие документы,** которые подтверждают хорошую репутацию товаров (продавцов).

**2. Гарантии и поручительства.** Фирмы, производящие товары длительного пользования (телевизоры, холодильники, кино- и фототовары, радиоаппаратуру и т. д.), могут дать сигнал потребителю о качестве своей продукции с помощью гарантий и поручительств.

# Преодоление асимметрии информации

**3. Социальное страхование** осуществляется правительственными органами в тех областях, где частный страховой рынок не способен удовлетворить существующие потребности.

**4. Концепция рыночных сигналов** была разработана М. Спенсом, который показал, что на рынке труда продавцы подают покупателям своих услуг сигналы, выражающие информацию о качестве предлагаемого товара.