



РЫНОК "ЛИМОНОВ": НЕОПРЕДЕЛЕННОСТЬ КАЧЕСТВА И РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ

Презентацию подготовила
Студентка группа № 237332/0006
Шумихина Е.М.

Работа Дж. Акерлофа связывает понятия качества и неопределенности.

Существует множество рынков, где покупатели вынуждены использовать ту или иную рыночную статистику для вынесения суждений о качестве товаров, которые им предстоит купить.

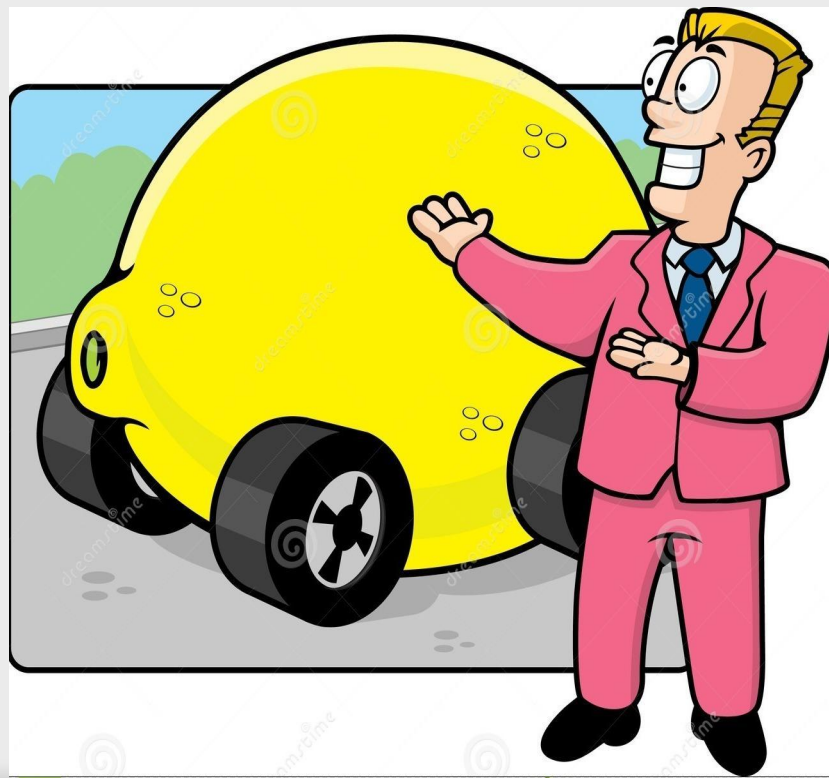


- Американский экономист
- Лауреат Нобелевской премии по экономике (2001) «за анализ рынков с несимметричной информацией»
- Основоположник информационной экономической теории.
- Работа «Рынок «лимонов»: неопределенность качества и рыночный механизм» – 1970 г.

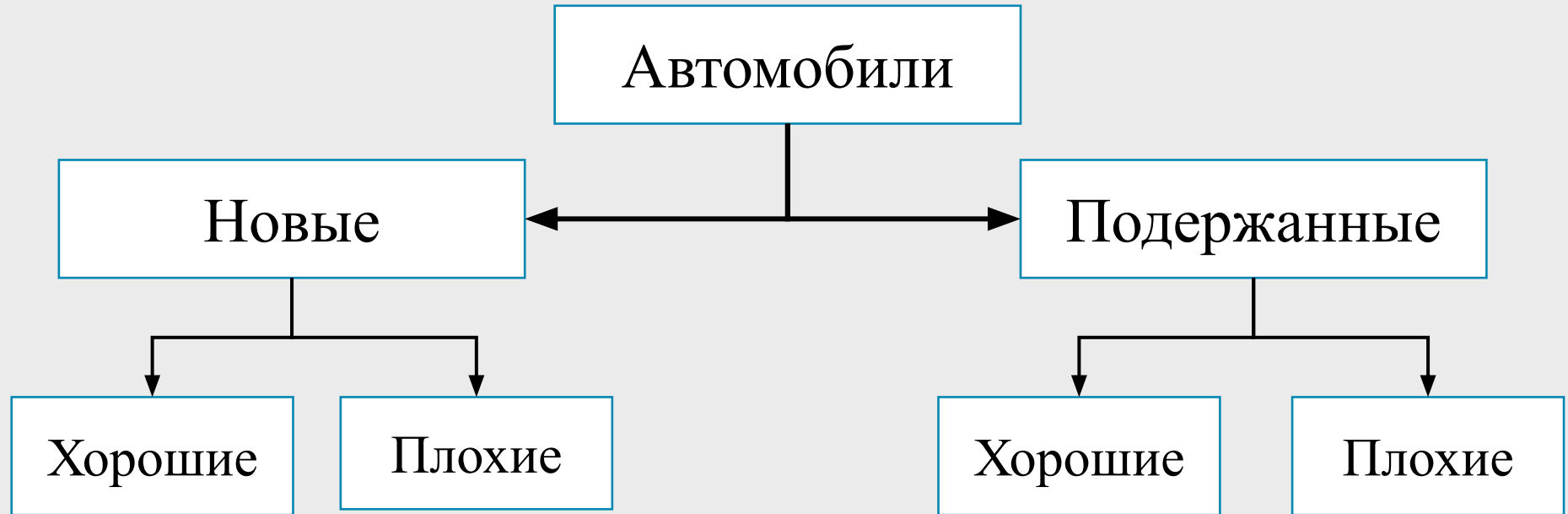


1. Рынок «Лимонов»

Модель рынка, описывающая ситуацию на рынке подержанных автомобилей с асимметричной информацией, в результате которой нарушается принцип действия рыночного механизма, т.к. ценовые сигналы перестают отражать реальное положение дел.



2. Рынок автомобилей



Приобретая новый автомобиль, индивид заранее не знает, что он покупает— хорошую машину или «лимон».

С вероятностью q данная машина окажется хорошей, а с вероятностью $(1-q)$ — плохой.

Предполагается,
что q — это доля хороших машин среди всех произведенных,
а $(1-q)$ — доля «лимонов».

2. Рынок автомобилей

«Лимоны» вытесняют с рынка хорошие автомобили.

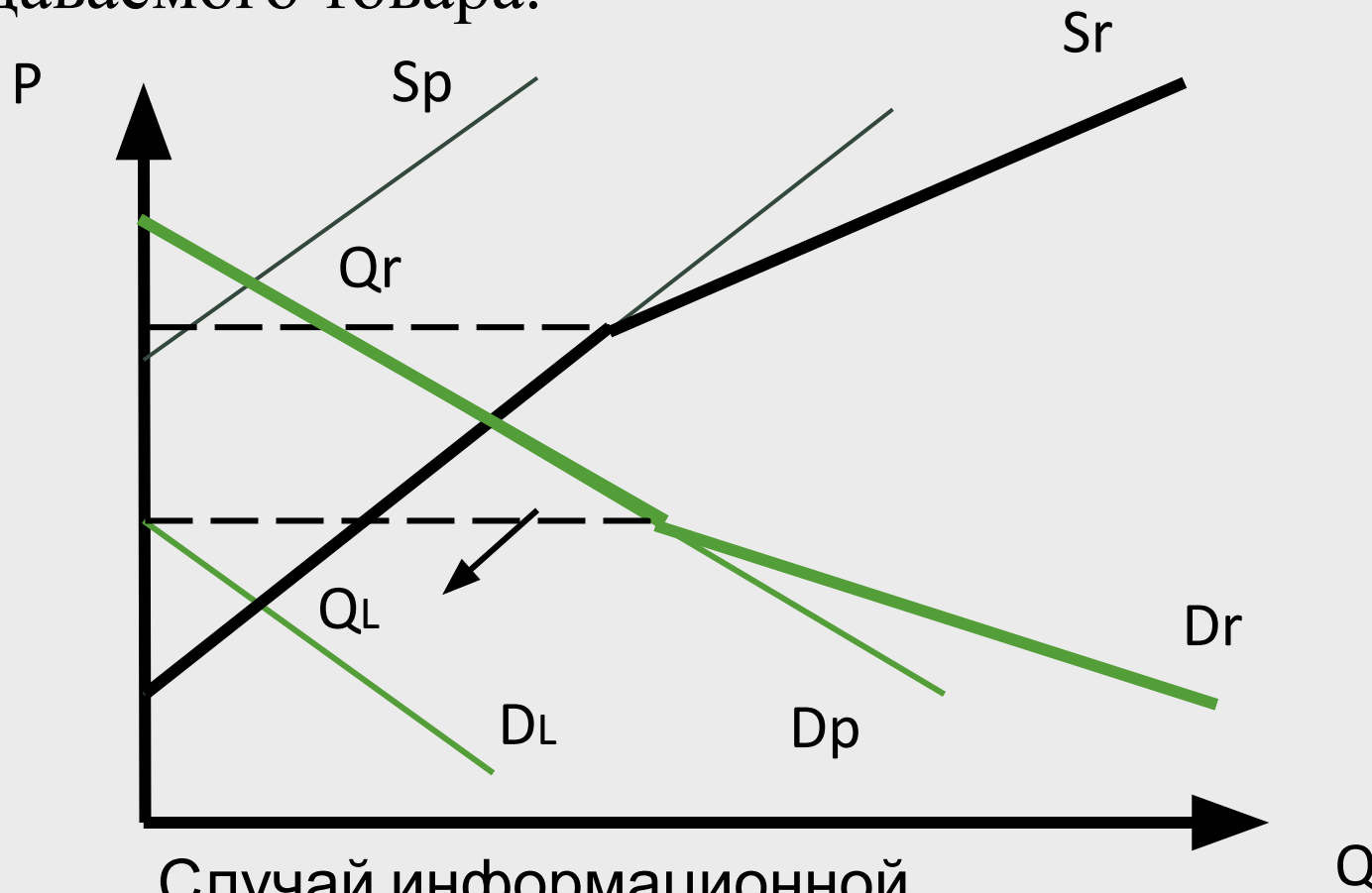
	Продавцы	Покупатели
	Согласны получить (мин)	Готовы заплатить (макс)
Хорошие автомобили	3000	3600
Плохие автомобили	1000	1200

Средняя цена покупателей = $(3600+1200)/2= 2400$

По такой цене согласны продавать только плохие
автомобили

3. Ассиметричная информация

Рыночная информация ассиметрична, если продавцы и покупатели имеют различный объем информации о характеристиках друг друга и продаваемого товара.

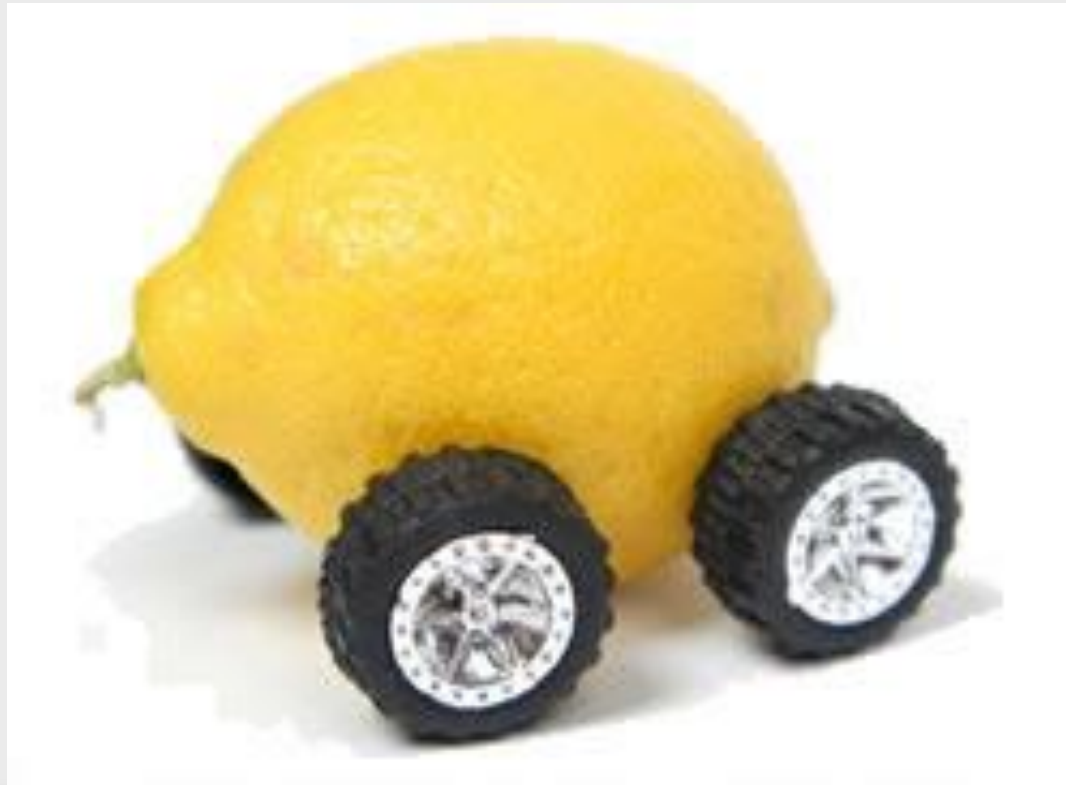


Случай информационной
асимметрии

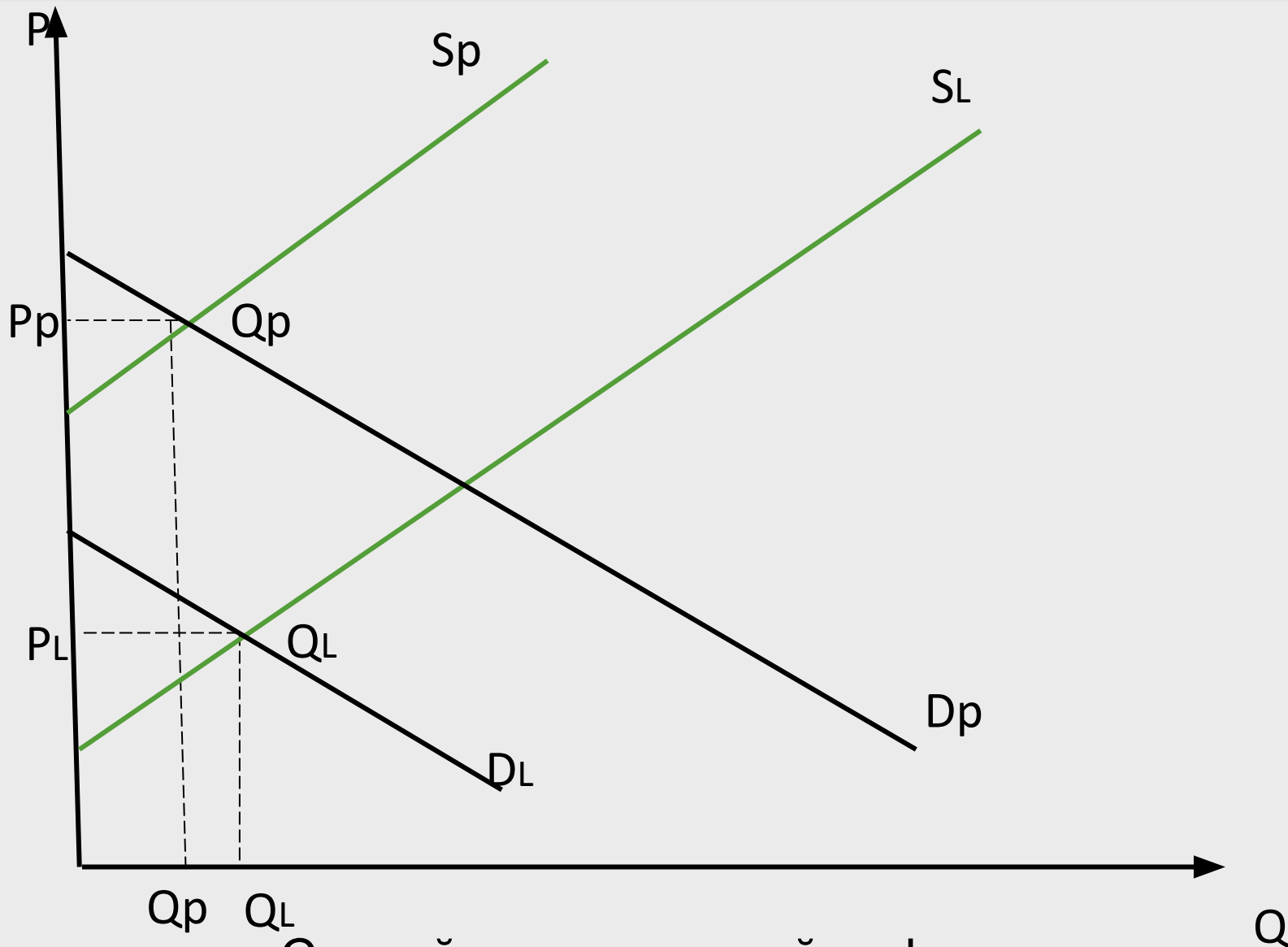
3. Асимметричная информация

Последствия асимметричной информации:

- Отсутствие (неполнота) рынков.
- Неблагоприятный отбор.
- Моральный ущерб.



4. Симметричная информация



Случай симметричной информации

Таким образом модель Дж. Акерлофа показывает, что:

1. При асимметрии информации и установлении цен на уровне средних рынок деформируется.
2. Рациональные продавцы хороших машин будут отказываться продавать их себе в убыток.
3. Предложение хороших машин сократится, а плохих возрастет, и постепенно вероятность покупки хорошей машины снизится до 0%. На рынке останутся одни «Лимоны».

1. *George A. Akerlof. The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism // The Quarterly Journal of Economics, v.84, August 1970, p.488-500.*
Перевод Е.И.Николаенко
2. https://ru.wikipedia.org/wiki/Акерлоф,_Джордж
3. https://studopedia.ru/9_179872_informatsionnaya-asimmetriya-i-rinok-limonov-fiasko-na-rinke-limonov.html



ПОЛИТЕХ

Санкт-Петербургский
политехнический университет
Петра Великого

Спасибо за внимание!