ФГОБУ ВО «Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации»

Информация как фактор производства
Информационная асимметрия

Автор: д.э.н. Карамова Ольга Владимировна

План лекции

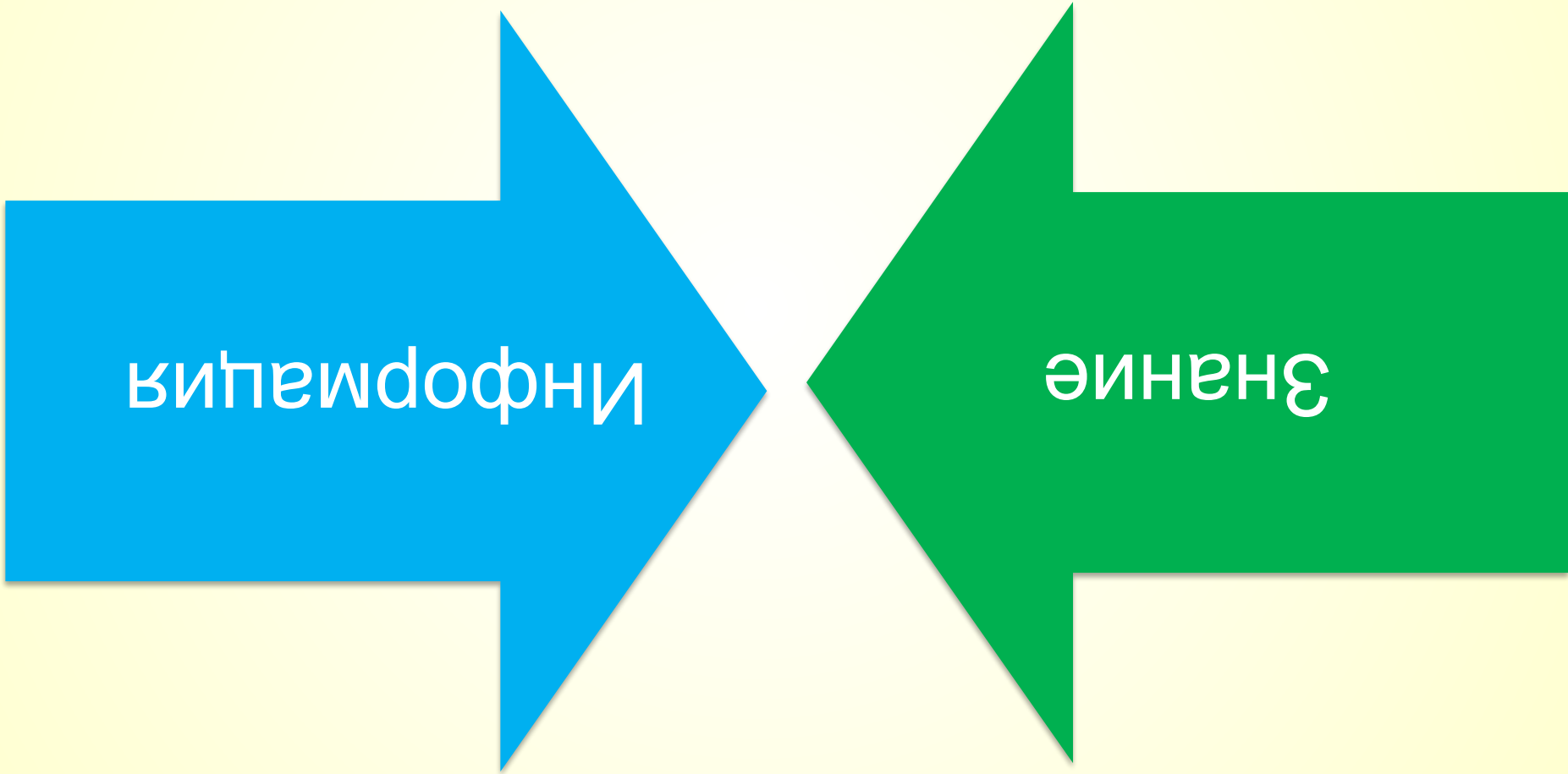
1. Информация как экономический ресурс
2. Информационная асимметрия и рынок «лимонов»
3. Пути снижения информационной асимметрии

1. ИНФОРМАЦИЯ КАК ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РЕСУРС

Информация

Информация – это средство снижения неопределенности и риска, способствующее реализации определенных целей, удовлетворению потребностей субъекта и принесению выгоды

Понятия знания и информация следует отделять друг от друга



Информация и знание

Знание - переработанная информация;

отражают связь между явлениями и выявленные закономерности;

отвечают на вопросы "как?", "почему?"

Информация – систематизированные данные;
дает ответ на вопросы "что?", "кто?", «когда?»

Потребление информации **равнозначно** формированию (добавлению) новых знаний.

Знания не расходуются

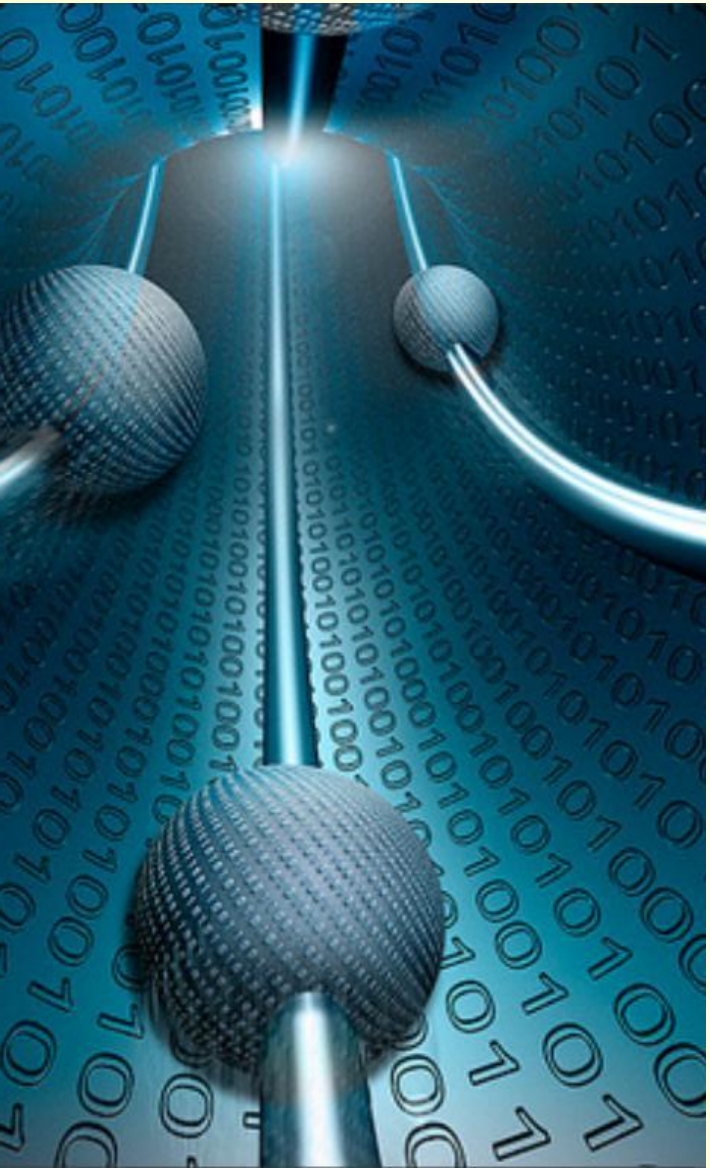
а **приумножаются**

Экономическая значимость информации

Информация как фактор производства

Информация как благо

Информация как экономическое благо



- удовлетворяет **потребности** индивидов, полезна
- при всем изобилии информации существуют факторы, **ограничивающие** возможности получения, создания новых знаний и использования

Информация как благо

Неконкурентность потребления: потребление информации одними не уменьшает ее ценности для других

Свойства как ресурса

- Легко тиражируема, не уничтожается, а, напротив, самовозрастает в процессе потребления
- Редкий ресурс благодаря уникальности производства и использования, главным субъектом которого выступает человек.

Экономическим ресурсом является не вся информация, а только та часть, тиражирование которой **ограничено** правами собственности

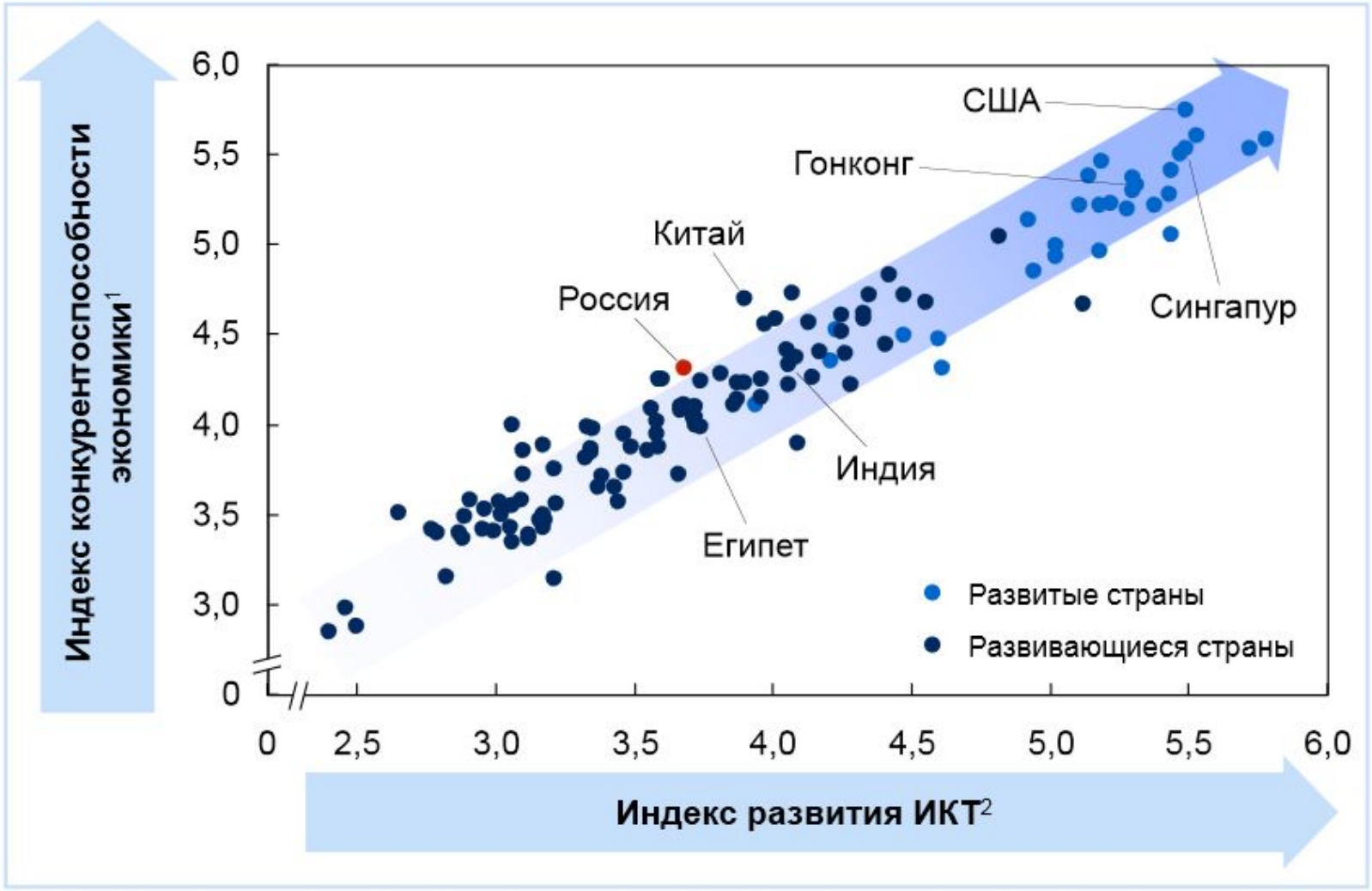
Свойства как ресурса

- Самовозрастание
- Неопределённость полезности
- Мобильность
- Нет зависимости между объёмом исходного и конечного знаний
- Дихотомия распространённости и редкости
- Ограниченность

Свойства информации как ресурса:

Развитие информационно-коммуникационных технологий и компьютерной техники открыли новые возможности целенаправленного использования информации

Конкурентоспособность национальной экономики в целом также связана с развитием ИТ



1 Включает индикаторы, отражающие развитие институтов и инфраструктуры, макроэкономические показатели, уровень образования и здравоохранения, эффективность рынков, уровень организации бизнеса и инновационной деятельности

2 Включает индикаторы, отражающие доступность телекоммуникационных каналов, тарифы на телекоммуникационные услуги, уровень проникновения оборудования и распространенность широкополосного доступа в интернет

ИСТОЧНИК: Мировой экономический форум; анализ рабочей группы

- коммерциализация информации в товарах, услугах, технологиях
- воздействие на ожидания экономических субъектов
- резервы повышения производительности и оптимизации использования прочих ресурсов
- важный объект приложения интеллектуальных усилий

Сочетание противоречивых свойств:

- НЕВОСПРОИЗВОДИМОСТЬ-ТИРАЖИРУЕМОСТЬ
- БЕЗГРАНИЧНОСТЬ-РЕДКОСТЬ
- ПОДБОР ИСЧЕРПЫВАЮЩЕЙ ИНФОРМАЦИИ ВОЗМОЖЕН, НО НЕ ВЫГОДЕН
- ПОЛНУЮ ИНФОРМАЦИЮ ПОЛУЧИТЬ НЕВОЗМОЖНО

Положительные и отрицательные стороны информации:

- **Плюсы:** - экономия ресурсов;
- снижение нагрузки на окружающую среду;
- расширение возможностей людей;
- скорость распространения

Плюсы и минусы применения

Минусы: - усиление давление на общество

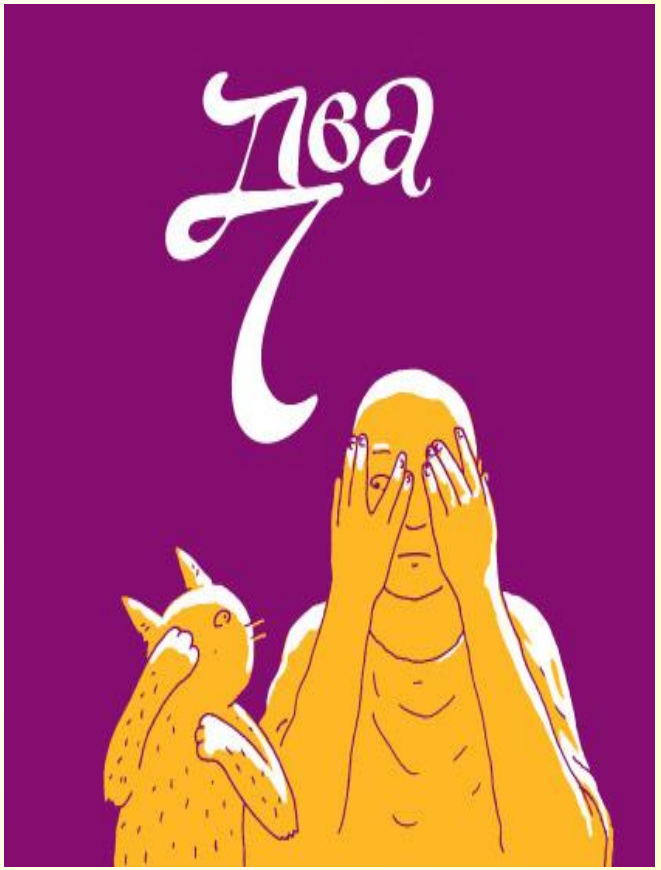
- проблемы с адаптацией
- неполнота данных
- манипулирование информацией
- проблемы с безопасностью
- утрата рабочих мест

2. ИНФОРМАЦИОННАЯ АСИММЕТРИЯ И РЫНОК «ЛИМОНОВ»

Два варианта подхода к неполноте информации

1) подбор исчерпывающей информации возможен, но невыгоден из-за растущих **трансакционных издержек**

2) полную информацию получить невозможно и необходимо действовать в условиях **неопределенности и риска**

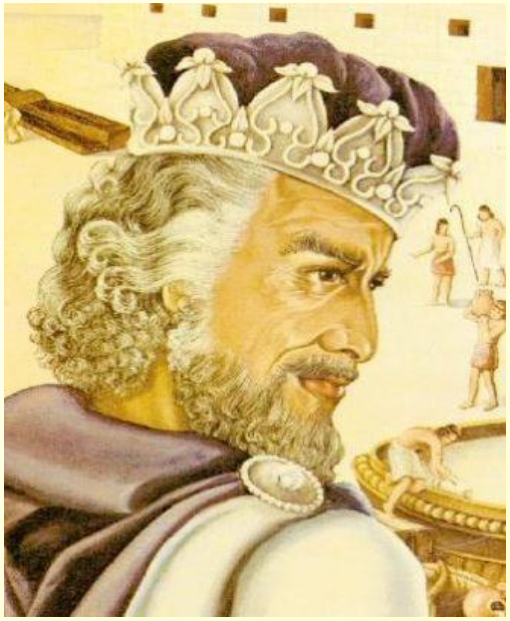


Информационная асимметрия - разновидность неполноты информации - неравномерное распределение информации

Два типа асимметрии информации

Информационное преимущество, когда один из участников сделки более информирован о ее особенностях, чем другой («рынок лимонов» - рынок подержанных автомобилей - вопрос о качестве)

«Проблема царя Соломона» - когда оба участника сделки одинаково информированы относительно совершаемой сделки, но эту информацию трудно получить третьим лицам (вопрос о трудовом вкладе)



Неблагоприятный отбор. Модель рынка лимонов

Модель рынка несовершенной информации представлена в работе Джорджа Акерлофа **«Рынок лимонов: Неопределенность качества и рыночный механизм».**

(*George A. Akerlof. The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism, 1970.)*

Джордж Акерлоф, род. 17.06.1940, Нобелевский лауреат 2001 г. «за анализ рынков с несимметричной информацией».

Модель рынка лимонов

- Рассматривается рынок подержанных автомобилей
- На рынке имеется 100 людей, желающих продать подержанный автомобиль и 100 людей, желающих его купить.
- На рынке несовершенная информация, так как продавец обладает большим количеством информации о качестве продаваемого им автомобиля.

Автомобиль

Качественный

Некачественный («Лимон»)

- Известно, что 50 автомобилей на рынке качественные и 50 – «лимоны».

- Продавцы готовы продать качественный автомобиль за $2000 и «лимон» за $1000.
- Покупатели готовы купить качественный автомобиль за $2400 и «лимон» за $1200.
- Если бы покупатели были в состоянии определить качество автомобиля до его покупки,
- цена на качественные автомобили установилась бы в диапазоне от $2000 до $2400,
- а цена на «лимон» в диапазоне от $1000 до $1200.
-

Однако, так как покупатель не осведомлен о действительном качестве автомобиля, он вынужден предлагать одну и ту же цену на плохие и хорошие автомобили, ориентируясь на среднее качество автомобилей на рынке.

Покупатель готов заплатить **$1800**

Продавцы «лимонов» готовы продать свой товар, тогда как продавцам качественных автомобилей продавать невыгодно.

На рынке будут продаваться только «лимоны»

Так как качество товаров снижается, покупатели снизят цену

Шаг за шагом среднее качество автомобилей на рынке падает, с ним вместе снижается цена.

В какой-то момент цена становится равной 0, и рынок перестает существовать.

Другие примеры рынка «лимонов»

- Рынок страховых услуг
- Рынок кредитов

3. ПУТИ СНИЖЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ АСИММЕТРИИ

Асимметрия информации

- Асимметрия информации при взаимодействии экономических агентов может повлечь проблему оппортунистического поведения со стороны более осведомленного агента.

- Оппортунизм может принимать формы:

1. Неблагоприятного отбора
2. Морального риска

Неблагоприятный отбор

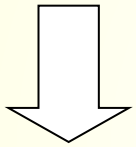
- Оппортунизм, возникающий на стадии ex ante
- Проявляется в том, что более информированная сторона добивается заключения контракта на наиболее выгодных для себя условиях, или ведет себя оппортунистически на стадии заключения контракта.

Моральный риск

- Оппортунизм, возникающий на стадии ex post.
- Заключается в оппортунистическом поведении информированного агента на стадии исполнения контракта.

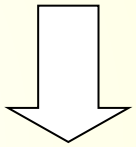
Устранение информационной асимметрии

- Неблагоприятный отбор



Сигнализирование, фильтрация

- Моральный риск



Меры по защите покупателя на стадии ex post (Например, судебная защита потребителя)

Сигнализирование

- Сигналы – действия, которые предпринимает информированная сторона с целью сообщить неинформированной стороне о наличии у себя определенных характеристик, предотвратив, таким образом, неблагоприятный отбор.

Сигнализирование

В зависимости от рынка сигналы могут принимать форму дипломов, сертификатов качества, брендов.

В банковском секторе сигналом может выступать структура финансовых обязательств компании.

Примеры сигналов

- ГОСТ

- «Знак качества»

- Награды (Например, медали на этикетке шампанского)
- Диплом о высшем образовании

Фильтрация

- Это действия, предпринимаемые неинформированной стороной с целью выявить реакцию информированной стороны,
- по этой реакции определив её скрытые характеристики
- Например, на рынке труда это могут быть особые условия трудовых контрактов

Устранение морального риска

- Используются механизмы ex post

Примеры:

- Закон о защите прав потребителей
- Государственное страхование вкладов