

Лекция 49

Асимметрия информации

У БАРБОСА ЕСТЬ ВОПРОСЫ. Сколько стоит кот в мешке?

РАЗДЕЛ 1. Рынки с асимметричной информацией

РАЗДЕЛ 2. Эффекты асимметрии



БАРБОС. По-моему, в мешке он менее отвратителен, чем вне мешка. Но запах-то в мешке не утаишь...

ИГОРЬ. Осенние сумерки. Не включаем света. В окно хорошо видно, что делается на улице, а с улицы совершенно не видно, что делается в комнате.

АНТОН. Ну и что?

ИГОРЬ. Теперь включаем свет. В окно улица нам совершенно не видна. А вот с улицы прекрасно видно, что происходит в комнате.

АНТОН. О чем это ты?

ИГОРЬ. Так бы я начал фильм об информационной асимметрии.

АНТОН. А сюжет?

ИГОРЬ. Какой угодно. Я вижу, у тебя новый телевизор?

АНТОН. Позавчера купил.

БАРБОС. Телевизор просто замечательный. И передачи великолепные.



Особенно про собачьи лакомства.

ИГОРЬ. Вот тебе сюжет. Ты покупаешь телевизор, приносишь домой, включаешь. И тут телеграмма: нужно срочно лететь в Гонконг.

АНТОН. А денег нет, приходится продать телевизор, дают только полцены...

ИГОРЬ. Правильно. За совершенно новый прекрасный телевизор. А почему?

АНТОН. Ясно, почему.

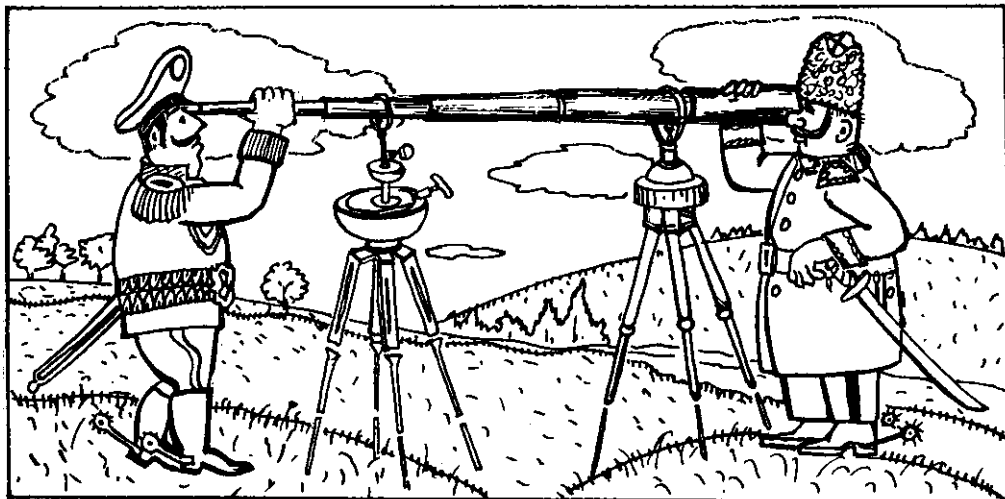
Это я, продавец, знаю, что телевизор прекрасный. А покупатель не знает. **ИГОРЬ.** Но ведь он может включить и посмотреть.

АНТОН. И увидит, что в данный момент он исправен. Но вообще-то продают и такие, которые день работают, день в ремонте.

ИГОРЬ. Конечно. На рынке есть и такие, и сякие. Вот покупатель, не зная ни особенностей этого экземпляра, ни причин, заставляющих тебя его продать, ориентируется на некоторый средний случай.

АНТОН. Сейчас теория как раз заинтересовалась такими ситуациями, когда продавец лучше осведомлен о товаре, чем покупатель.

БАРБОС. Хозяин говорит, что теория оперирует идеальными объектами. В качестве идеального покупателя подошел бы



Сократ: он как-то сознался, что знает только то, что ничего не знает.

ИГОРЬ. Это весьма распространенная ситуация — и на рынках труда, и на финансовых рынках.

АНТОН. А может покупатель знать больше, чем продавец?

ИГОРЬ. Пожалуйста, это следующий сюжет. Ты покупаешь страховку, а завтра участвуешь в любительских мотогонках по вертикальной стене.

БАРБОС. Какой ужас! Когда хозяин едет на велосипеде, я бегу рядом. Но за мотоциклом! Да еще по вертикальной стене!

АНТОН. Надеюсь, фильм со счастливым концом?

ИГОРЬ. Не беспокойся. Но до конца нужно еще многое показать. Скажем, о трансакционных затратах, среди которых — затраты на поиски информации.

БАРБОС. Вечно у людей какие-то сложности. Не то что у собак. Обнюхали друг друга — и доби-

лись полной и симметричной информации.

АНТОН. А также затраты на передачу информации. Продавая телевизор, я много потерял из-за неинформированности покупателя. Хорошо было бы подать ему какой-нибудь сигнал.

ИГОРЬ. Не какой-нибудь, а такой, который владец плохого телевизора подать не в состоянии. Тут надо подумать. А следующий сюжет будет вот про что. Твоей швейной мастерской продали негодную ткань. Ты хочешь возбудить иск к поставщику и нанимаешь адвоката.

АНТОН. Догадываюсь: речь пойдет о проблеме «принципал—агент».

БАРБОС. Про приключения агентов есть очень много фильмов. Вчера показывали даже про суперагента. А вот про приключения принципала — это очень оригинально.

ИГОРЬ. Правильно. Адвокат лучше, чем ты,

знает всякие юридические тонкости, но у него свои интересы. Он добывает нужные и ненужные бумаги, умело затягивает дело и надолго обеспечивает себя неплохим заработком. В конце концов он с блеском выигрывает процесс — ради собственной репутации.

АНТОН. Это и есть хеппи-энд?

ИГОРЬ. Да. После этого титры: «Конец фильма».

БАРБОС. А еще по телевизору выступал красивый молодой человек и читал стихотворение Бертольта Брехта «Собака». Про эту самую проблему. Я запомнил слово в слово:

Садовник сказал мне:
— Ваш пес ловок, умен
И куплен
С целью охраны садов.
А вы его воспитали
По несуразному

принципу:
«Собака —
друг человека».

Не понимаю, за что
Он получает жратву?

РАЗДЕЛ 1

Рынки с асимметричной информацией

Спрос на товар неизвестного качества

Согласно строгим принципам микроэкономики, блага различного качества — это различные блага, и продаются они на различных рынках. Однако существуют ситуации, когда качество приобретаемого блага покупатель в момент совершения покупки не в состоянии оценить. В строгом смысле это означает, что