

АНАЛІЗ СУТНОСТІ АСИМЕТРИЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ ТА ІНФОРМАЦІЙНА АСИМЕТРИЧНІСТЬ НА СУЧАСНИХ РИНКАХ УКРАЇНИ

Т.І. Шевченко

Сумський державний університет, м. Суми

У статті наводяться загальні положення світового досвіду аналізу ринків з асиметричністю інформації, розглядається стан сучасних ринків України та наводяться деякі шляхи уникнення зворотної селекції на них.

ПОСТАВЛЕННЯ ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ

Як відомо, людське суспільство являє собою складну систему суспільних відносин: політичних, соціальних, психологічних, економічних, екологічних тощо. Важливим є те, що саме від того, якою саме інформацією (стосовно об'єктів відносин, один одного, наявності певних інституційних чинників тощо) володіють учасники цих відносин, залежить як форма прояву відносин, так і взагалі їх існування. Особливо це актуально в інформаційному суспільстві, в якому наявна інформація постає одним із головних факторів виробництва (а також, на наш погляд, і ефективного розподілу) товарів та послуг.

Згідно з теоремою економіки добробуту кожний економічний агент переслідує свої власні цілі, а ресурси розподіляються ефективним, а точніше Парето-оптимальним чином, тобто коли неможливо збільшити віддачу ресурсів від одного виробництва, не зменшивши її на більшу величину від іншого. Тим самим досягається максимізація виробництва товарів та послуг у країні. Такий розподіл ресурсів можливий лише при виконанні таких умов:

- в економіці країни всі ринки досконало конкурентні (тобто всі агенти наділені однаковою ринковою владою);
- наявна повна система ринків в країні (за відсутності ринку, на якому повинні укладатися контракти стосовно певних товарів або послуг, виникає проблема екстерналій, найбільш типовими з яких є надання суспільних благ);
- всі ринкові агенти мають доступ до повної інформації (умова повноти та симетричності інформації).

Тобто умова повноти інформації є однією з умов ефективного розподілу ресурсів, а отже, і максимізації випуску товарів та послуг. Саме у процесі виникнення економічних відносин обов'язково повинна мати місце симетричність інформації про певні ознаки та характеристики предмета цих відносин. Наприклад, при відносинах купівлі-продажу необхідна однакова інформація про споживчі якості, корисність товару, який є предметом купівлі-продажу як у продавця, так і у покупця. Інший стан речей може викликати зворотню селекцію на ринку, що порушить дію ринкового механізму щодо його регулювання.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ, В ЯКИХ ЗАПОЧАТКОВАНО РОЗВ'ЯЗАННЯ ДАНОЇ ПРОБЛЕМИ

У 2001 році Нобелівською премією було нагороджено одразу трьох американських економістів – Дж. Ейкерлофа, М. Спенса і Дж. Стігліца – за аналіз ринків з асиметричною інформацією. Як відомо, асиметричністю в розподілі інформації називається така ситуація, коли частина учасників ринку володіє інформацією, якою не володіють інші зацікавлені особи. Саме така асиметричність інформації є серйозною

причиною, що породжує невизначеність ефективного використання засобів і ресурсів.

Вищезгадані лауреати були першими, хто побачив, що ринок, який налаштовується на недосконалість, може й не бути найкращим способом розподілу ресурсів. Вони створили нову термінологію, а описаний і доповнений ними ринковий механізм, безперечно, інтенсивно використовуватиметься у різних сферах господарювання [1, 86].

Метою статті є дослідження проблем прояву нерівності інформації на українських ринках, наведення деяких можливих шляхів уникнення зворотної селекції на них.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Насамперед асиметричність інформації проявляє себе на ринках, що мають нерозвинену інфраструктуру. Саме це визначає актуальність розвитку теорії асиметричної інформації в Україні в сучасних умовах господарювання. Недосконалість українського фондового ринку, банківської та парабанківських систем, інших ринків та їхньої інфраструктури викликає необхідність щодо досконалого вивчення цієї проблеми саме через наявність на них асиметричності інформації.

Для детального вивчення проблеми асиметричності інформації на українських ринках необхідно для початку розглянути предмет досліджень вищезгаданих лауреатів – в чому саме полягає нерівність інформації, які приклади зворотної селекції існують на американських ринках? Перші праці, присвячені цій проблематиці, Дж. Ейкерлоф надрукував ще на початку 70-х років XX ст. Зокрема, його стаття “Ринок лимонів: невизначеність якості та ринковий механізм” [2] зв’язала поняття невизначеності та якості товарів, з’ясувавши несподівані причини можливого фіаско ринку. При асиметричному розподілі інформації (коли покупці змушені використовувати ринкову статистику для визначення правдивих характеристик товарів, відомих лише продавцям) угоди на ринку не укладаються, а при симетричному виграш очікує на обидві сторони. Отже, асиметрична інформація змушує учасників ринку покладатися на випадок і призводить до його краху.

Конструюючи модель розподілу інформації на ринку, Дж. Ейкерлоф узяв за приклад ринок поношених автомобілів, оскільки саме він дозволяє вловити суть проблеми. Якщо обмежити характеристику машини лише двома ознаками (нова або поношена та хороша або погана), то виявляється, що як новий, так і поношений автомобіль може бути і хорошим, і поганим. Купуючи машину, споживач не знає заздалегідь, що йому попадеться – новий автомобіль чи “лимон”: у нього є тільки імовірна оцінка того чи іншого результату. Коли ж машина вже якийсь час перебуває в його користуванні, то він може оцінити її якість із значно вищою точністю. У даному разі виникає асиметрія доступної інформації: продавці (власники) автомобіля знають про нього більше, ніж покупці. При цьому на вторинному ринку хороші й погані продаватимуться за однаковою ціною, оскільки покупці не можуть відрізнити ці товари.

У таких умовах власникам автомобілів доброї якості не вигідно продавати їх на вторинному ринку, внаслідок чого погані машини витісняють з нього хороші. Оскільки на цьому ринку величина попиту залежить не тільки від ціни, але й від якості автомобілів, то цілком можливим є результат, коли він дорівнюватиме нулю, і, таким чином, ринок припинить своє існування. Спираючись на такі міркування, професор Дж. Ейкерлоф доводить, що недостатня інформація про якість товару, який продається, призводить до постійного зниження цін – аж до зникнення ринку.

Аналогічні ситуації виникають у страховій справі, коли потенціальний застрахований має інформаційну перевагу перед страховою компанією (наприклад, краще знає стан свого здоров'я). Тому серед людей, які бажають застрахуватися, переважають ті, для кого ризик страхової події є непропорційно великим. Цей феномен називають "відбором гірших", і страхові компанії борються з ним, відмовляючись продавати страхові поліси людям похилого віку.

Але на цьому неприємності страхових компаній не закінчуються. Придбавши поліс, застрахована особа починає поводити себе недбало щодо автомобіля, що збільшує ймовірність страхової події (наприклад, викрадення автомобіля). Тим самим до "відбору гірших" додається "моральний" (або "суб'єктивний") ризик.

Таким чином, Дж. Ейкерлоф показав, що асиметрична інформація може призвести до зворотної селекції на ринку. Через погану інформованість страхової компанії або покупців поношених автомобілів застрахований з поганим здоров'ям і продавці автомашин низької якості починають переважати на ринку [1, 87].

В Україні подібні явища можна спостерігати при продажі комп'ютерної техніки, мобільних телефонів тощо (товарів, технічні якості яких досконало можуть оцінити тільки спеціалісти): середній покупець, який бажає купити комп'ютер, стає залежним від наявного у продавця асортименту, його бажання продати комп'ютер тієї чи іншої конфігурації. Одні й ті самі комплектуючі (зі схожими на перший погляд технічними характеристиками) з погляду навіть тих людей, які дещо знаються на техніці, можуть мати різну реальну вартість. Це робить імовірною ситуацію, коли від того, як правильно визначить продавець "обізнаність" покупця в комп'ютерній техніці, буде залежати і його прибуток. Різниця в цінах двох однакових за комплектацією комп'ютерів (або подібних, з однаковою вартістю), але які були реалізовані покупцям з різним ступенем інформованості, може досягати 25 %. Таку різницю в цінах у зв'язку з певними особливостями існування на ринку можуть встановлювати суб'єкти малого підприємництва, тим самим присвоюючи надлишок споживача при використанні методів недосконалої („недобросесної“) конкуренції. Через те, що вони користуються спрощеною системою оподаткування, собівартість реалізації, а отже, і ціна на їх товари буде нижчою, ніж у більш великих фірмах, які є платниками ПДВ і витрачають певні кошти на утримання адміністративного апарату, сервісних служб тощо. Тобто в інших умовах товари цих суб'єктів малого підприємництва мали б підвищений обсяг попиту, але через ефект зворотної селекції з часом покупці перестають купляти товари у таких продавців саме через погані очікування якості, так і її відповідності ціні товару. Невідповідність якості товару його ціні можна відзначити і на інших ринках. Наприклад, перед покупцем може стояти проблема вибору певного продовольчого продукту з кількох наявних (консервації, напоїв тощо). Доволі часто існує кілька видів товару з приблизно однаковою ціною, але яке виявляється з різною якістю. В такій ситуації зробити правильний вибір важко, тому що навіть реклама не гарантує належної (заявленої у рекламі) якості.

Ці проблеми на товарних ринках України можуть бути частково вирішені шляхом приділення більшої уваги уряду до проблеми захисту прав споживачів, законодавчого урегулювання цих питань, більш досконалого контролю та введення підвищеної відповідальності за порушення цих прав, механізму їх відновлення тощо. Повне вирішення цього питання – це, на жаль, проблема часу, з плином якого буде розвиватися ділова культура учасників ринку, його інфраструктура, і відповідно підвищуватиметься його ефективність.

Розглядаючи ринок страхових послуг України, можна відмітити, що на ньому існує ціла низка проблем. Звернемо увагу лише на деякі з них. По-перше, це наша ментальність. Саме через неї страхові компанії мають малу кількість клієнтів (за оцінками експертів, в Україні охоплено страхуванням не більше 10 % всіх ризиків на відміну від розвинених країн, де ця цифра сягає 90 % [5]). Адже типовий українець не вважає за необхідне страхувати своє майно та життя, і весь пакет страхових послуг, який він споживає, нав'язується йому лише на законодавчому рівні. Останніми роками ситуація поступово змінюється на краще, але на початку розвитку страхового ринку була саме така ситуація. Більша частка застрахованих мала підвищений ризик, тому що страхуватися бажали здебільшого ті особи, які передбачали несприятливі для себе події. Підвищений ризик збільшує собівартість страхових послуг, що, в свою чергу, має компенсуватися підвищеною „ціною” страхового полісу і надалі унеможлиблює користування послугами страхових компаній людей з “нормальним” ступенем ризику. Тобто в сучасних умовах диспропорція в інформації про “якості” потенційних клієнтів страхових компаній робить ціну страхових послуг для більшості з них занадто високою в порівнянні з “корисністю” цих послуг.

Вихід з цієї складної ситуації є, це, насамперед підвищення уваги до аналізу “стану” потенційного клієнта, їх диверсифікація за ступенем ризику (і відповідно ризику цінами страхових послуг), що поставить у потрібну відповідність ціну страхового полісу до ступеня ризику. Але цей шлях потребує нового, адаптованого до умов України методичного апарату надання страхових послуг, підвищення рівня кваліфікації страхових агентів, визначення чітких пріоритетів страхових компаній та змін структури страхового ринку в цілому.

Аспекти нерівності інформації в Україні проявляються не тільки на товарному ринку та ринку страхових послуг. На фондовому ринку, одному з ринків з найменш розвинутою інфраструктурою і низьким ступенем ефективності, проблеми асиметричності інформації були і є найбільш актуальними. Особливо на початку незалежності нашої держави, коли одні “папірці” (приватизаційні сертифікати) населення обміняло на інші (акції та інші цінні папери), типовий володар «частки загальнонаціонального багатства» не знав, ні чим він володіє, ні які права має, ні скільки це коштує. Ніхто, крім обмеженої групи осіб (інсайдерів), не мав даних про діяльність абсолютної більшості компаній. Саме в ці часи за безцінь скуповувались гігантські заводи, засновувались велетенські концерни. На жаль цей процес, хоч і значно меншою мірою, продовжується. Майно, що підлягає процедурі приватизації, „оцінюється” агентами (відповідними державними установами) як сукупність матеріальних цінностей, що приносить певну корисність власнику у вигляді прибутку (це в ліпшому випадку – в більшості випадків, як свідчить практика, – ще значно нижче). Власнику – народу, від імені якого і діють „агенти”, – не повідомляється про можливу певну додаткову „цінність” для економіки в цілому від інших форм власності (наприклад, у випадку збереження державної або передачу у приватну власність *вітчизняним* власниками на відміну від іноземних), яка бере джерело з імовірних зовнішніх щодо інших підприємств ефектів або зниження транзакційних витрат у країні.

На даний момент інформацію про характеристики того чи іншого підприємства ми отримуємо від різних агентств, які інколи мають протилежні точки зору, можуть бути заангажовані тощо. Таку інформацію, але більш адекватну і правдиву, в теорії асиметричної інформації називають “сигналами”.

Нобелівський колега Дж. Ейкерлофа М. Спенс продемонстрував, що за певних умов добре інформовані учасники ринку можуть збільшувати свої

ринкові обороти, “передаючи сигнали” іншим, гірше інформованим його суб’єктам. Його стаття “Сигнали на ринку праці” [3], що ґрунтується на матеріалах його докторської дисертації, стосується освіти як свідчення про продуктивність праці на ринку праці. Він проробив таку модельну ситуацію. Нехай імовірність зустріти хорошого і поганого робітника однакова – по 50 %. Хороший робітник здатний виробити граничного продукту 20 одиниць, а поганий – 10. Припустимо, фірмі треба прийняти на роботу 100 працівників. Це означає, що сукупний граничний продукт становитиме $50 \times 20 + 50 \times 10 = 1500$ одиниць.

Якщо питома вага зарплати у виробленому продукті дорівнює 20 %, то її фонд сягне 300 одиниць.

Якби можна було заздалегідь гарантовано відрізнити хорошого робітника від поганого, то було б розумнішим платити першому з них 4 одиниці, а другому – 2. Але якщо заздалегідь спрогнозувати результати праці неможливо, якщо немає надійної системи завчасної оцінки якостей потенційного робітника, то доводиться виплачувати кожному середню зарплату в 3 одиниці. Коли і перший, і другий робітники погоджуються працювати за таку зарплату, то виходить, що безпосередньо роботодавця це не стосується – відбувається перерозподіл її фонду між хорошими і поганими робітниками. В цьому випадку хороший робітник має прагнути придбати якусь ознаку (диплом, сертифікат, свідоцтво про кваліфікацію тощо), яка б відрізняла його від поганого робітника у ході процедури оцінки або поза нею. У працях М. Спенса саме таку ознаку і названо “сигналом”.

Головний висновок ученого полягає в тому, що такий підхід не дає позитивних результатів. Роботодавець не спроможний відрізнити претендентів, які працюватимуть продуктивніше, і тому він обирає освіту як певну можливість іншого співвідношення, ніж “побудована на очікуваннях” рівновага між освітою та оплатою праці. Чоловіки одержують зарплату, вищу ніж жінки, а білі робітники – вищу, ніж чорношкірі, причому з такою самою продуктивністю праці (в умовах підвищення «політкоректності» ця проблема поступово стає діаметрально протилежною). Але в даному випадку і стать, і колір шкіри також слугують побічним свідченням (“сигналом”) про якості майбутнього робітника.

Така проблема стосується й дивідендів. Чому американські фірми сплачують дивіденди своїм акціонерам, хоча відомо, що за законами США ці гроші фактично підпадають під подвійне оподаткування? Адже простіше залишати прибуток на підприємстві та капіталізувати його, збільшуючи тим самим капітал, який перебуває в руках акціонерів. Одне з можливих пояснень цього явища у тому, що дивіденди слугують свідченням (“сигналом”) про хороші перспективи розвитку компанії. Виплачуючи дивіденди, фірми інформують ринок про прибутковість власної діяльності, оскільки на ринку це вважається хорошою новиною і відповідно підвищує ціну акцій. У свою чергу, вища ціна акцій компенсує акціонерів додаткові податки на дивіденди.

Що стосується дивідендної політики в Україні, то і тут можна стверджувати про наявність асиметричності інформації. Внаслідок особливостей вітчизняної приватизації найбільш великими, вагомими акціонерами приватизованих підприємств стало їх керівництво. І хоча частка трудового колективу в акціонерному капіталі була значна і становила в окремих випадках 95 %, кожен окремий працівник „мав право” на дуже незначну частку підприємства в порівнянні з керівництвом. Як відомо, право рішення про виплату дивідендів мають загальні збори акціонерів. На ньому керівники, а, по суті, в нашому випадку – найбільш великі акціонери, звітують перед загальними зборами про результати діяльності підприємства у минулому році і

надають фінансову та іншу статистичну інформацію. Потім розглядаються різні питання, серед яких нас найбільше цікавить одне – питання розподілу прибутку та виплати дивідендів. Оскільки керівництво або керівник фактично і є найбільшим акціонером, то, звітуючи та вносячи як керівник різні пропозиції щодо діяльності підприємства та розподілу прибутку, він буде брати до уваги звичайно власні цілі, але виходячи з позицій як найбільшого акціонера, так і керівника підприємства. Якщо підприємство частково функціонує „в тіні”, то керівник має можливість „присвоїти” частину прибутку, від якого він „вмовив” відмовитись на загальних зборах для існуючих лише на папері цілей реінвестування у виробництво тощо. У разі, коли існування в „тіні” неможливе, керівник може проводити виробничо-збутову діяльність через мережу підприємств-посередників, власником яких він є прямо або опосередковано. Більшу частину прибутку при цьому він переводить до цих підприємств. Звичайному акціонеру – члену робочого колективу важко дослідити адекватність інформації, яку йому надають, і тому він приймає свої рішення на підставі викривлених фактів. Робимо висновок про можливість наявності асиметричності інформації в дивідендній політиці підприємств, які були приватизовані певним чином. Розглядаючи ситуацію далі, можна легко виявити на цьому прикладі інший прояв асиметрії інформації. Ціна (курс) будь-якого цінного паперу прямо пропорційна доходу від нього. Цінність акції підприємства, що розглядається, для робітника-акціонера, який не отримує дивідендів взагалі або отримує знижені дивіденди, набагато менша від реальної. Крім того, до нього можуть не донести інформацію про можливі перспективи розвитку підприємства, акціонером якого він є (інший прояв асиметрії), – а це дуже важливий фактор, який свідчить про „цінність” підприємства, особливо в період кризи та на шляху стабілізації нашої економіки. Це все призводило до того, що акції багатьох підприємств навіть після приватизації були за безцінь викуплені у акціонерів. Прикладом може слугувати Сумське ВАТ СНВО ім. Фрунзе, сертифікат акцій якого загальною номінальною вартістю 3500 грн скуповували за 350 грн (в 10 разів менше!) протгом дуже значного проміжку часу (майже до 2003-2004 років). До відома: наприкінці 2006 року ринкова вартість такого сертифіката становила близько 6000-7000 грн. Тобто наступний прояв асиметричності інформації порушив Парето-рівноважний стан – одні учасники ринку поліпшили свій стан за рахунок інших, тобто мав місце „неефективний” перерозподіл. Це відбулося насамперед через відсутність певних „сигналів” про ті чи інші якості „товару”, які б слугували для кращого інформування всіх учасників ринку.

Упродовж багатьох десятиліть ХХ ст. у традиційній моделі ринку з досконалою конкуренцією передбачалося, що покупці володіють досконалим знанням, що вони здатні точно описати відмінності у характеристиках, наприклад, різних моделей електричних чайників. І в цінах такі відмінності повинні відбиватися автоматично. Але в реальному житті більшість покупців не мають такої інформації, і тому деякі продавці вживають додаткових заходів щодо рекламування власних товарів, пропонуючи на них, наприклад, гарантії на триваліший строк як свідчення їх вищої якості.

М. Спенс показав, яким чином більш інформовані учасники ринку своєю поведінкою сприяють поширенню інформації про ринкову ситуацію, а також про те, як працює механізм, коли учасник ринку, краще інформований, ніж інші, робить дорогі спроби просунути на ринок свій товар, передаючи інформацію про нього тим, хто інформований гірше.

Вчений задався запитанням: яким чином учасники ринку, інформовані краще, ніж інші, могли б передавати відповідну інформацію

так, щоб уникнути ситуації зворотної селекції. Для цього потрібні особливі учасники ринку, які б вживали заходів (і відповідно зазнавали витрат), пов'язаних з інформуванням інших суб'єктів ринку про свої можливості, а також про цінність та якість своїх продуктів і послуг.

М. Спенс зазначив, що коли роботодавець наймає робітників, то отримання правдивої інформації про їх потенціальну продуктивність обходиться дуже дорого, а тому потрібне певне свідчення (параметр, "сигнал", індикатор), яке б побічно свідчило про неї. Один із таких індикаторів – інформація про те, чи закінчив потенціальний робітник хоча б коледж. Знаючи про це, майбутні робітники завчасно витрачають час і гроші на отримання дипломів, щоб "сигналізувати" роботодавцеві про свою високу продуктивність. Впливає, що людина може взагалі нічого не навчитися у коледжі, але її інвестиції у власну освіту, врешті-решт, повертаються кращою і більш високооплачуваною роботою. "Самі знання тут ні при чому, головне – сигнал".

Однак деякі вчені [4, 304] не поділяють наукових висновків М. Спенса. На їх думку, така позиція є раціональною лише настільки, наскільки освіта виявляється через відмінності у продуктивності праці, тобто дає можливість зрозуміти, чи підвищує вона продуктивність праці. Якщо для окремої людини витрати на освіту можуть бути раціональними, то для суспільства в цілому вони мають сенс тільки тоді, коли освіта насправді підвищує продуктивність. В іншому випадку суспільство може зекономити свої кошти, відшукавши дешевший спосіб добору тих, чия кваліфікація користуватиметься попитом на ринку.

Як підкреслюють критики М. Спенса, наявні свідчення говорять про те, що теза про освіту тільки як про певний "сигнал" є помилковою. Вища освіта насправді підвищує продуктивність праці. Однак через те, що природні задатки важко піддаються зміні, дуже складно визначити точні межі, в яких освіта може підвищувати продуктивність праці. Ніхто не вважає, що в коледжі студенти не вивчають нічого корисного, хоча б тому, що такі курси, як бухгалтерський облік і комп'ютерне програмування, безпосередньо пов'язані з виробництвом. У той самий час важко повірити, що наявність освіти не розглядається роботодавцями як "сигнал". Розумно передбачити, вважають опоненти М. Спенса, що освіта сприяє підвищенню продуктивності праці, відображаючись у ній [1, 88-89].

У сучасних українських умовах освіта відіграє для більшості роботодавців та майбутніх робітників саме "сигнальну" роль. Значна частина студентів, навчаючись у вищих навчальних закладах, має визначену ціль – отримати диплом про вищу освіту. Погано те, що в цьому процесі не відіграє особливої ролі спеціальність, за якою навчається студент. Інколи він робить свій вибір, керуючись бажанням якомога легше отримати диплом, тобто вибирає "найлегші", непопулярні спеціальності: головна ціль – отримання диплома (як сигналу) – все одно досягається.

Деякі російські автори вважають, що зворотної селекції на ринку праці можна уникнути, застосовуючи державне регулювання суспільних систем отримання кваліфікації та створення суспільних стандартів кваліфікації, наприклад, щодо початкової, середньої, середньої спеціальної та вищої шкіл. Але не визначено, яким саме чином повинно відбуватися подібне регулювання і чим новостворені стандарти будуть кращими від існуючих, які теж встановлюються шляхом цілеспрямованої державної політики і регулюються саме державою. Також може заважати і комерціалізованість освіти, яка поступово набуває все більших темпів, що сприяє переходу освітнього процесу до тіні. Вважаємо, що деякі успіхи у вирішенні цієї проблеми може принести практика компаній з іноземним капіталом в Україні, а саме: застосування випробувального

терміну, протягом якого вивчається продуктивність праці робітника (в цей період заробітна плата дещо нижча, ніж та, яку він отримуватиме після цього періоду, – це можна розглядати як певний вид „страхування” роботодавця від можливої помилки у кваліфікаційному відборі); відбувається пошук резервів підвищення цієї продуктивності, для чого працівник паралельно з роботою проходить навчання спеціальних методів, застосування яких саме в цій компанії можливо і приносить їй додатковий прибуток. При вступі на роботу майбутній робітник проходить співбесіди, іноді навіть декілька, на яких він навчається як особистість, розглядається його здатність логічно мислити, аналізується його поведінка в нестандартних ситуаціях тощо.

Асиметричність інформації властива не тільки страховому ринку та ринку праці, які поряд з ринком «лимонів» традиційно наводяться як приклад. Як було показано вище, асиметричність інформації також є і на ринку цінних паперів, і у відносинах „агент-принципал” (в деякому нестандартному світлі) та й на товарних ринках. У деяких випадках вона штучно створюється економічними агентами, які, діючи у власних інтересах і використовуючи свою владу та доступ до ресурсів, максимізують свій прибуток за рахунок підвищення суспільних витрат. В інших випадках асиметрія існує як данину, з’являючись як результат недосконалості ринкових механізмів, інфраструктури тощо. Саме таким чином вона проявляється у відносинах „суспільство–оточуюче середовище” з приводу негативного впливу діяльності людей на природу і, як наслідок, зниження якості та/або кількості природних ресурсів, зниження якості умов існування, збільшення виробничих витрат, витрат на компенсацію негативного впливу. Щоб уособити ці відносини, розглянемо їх з точки зору відносин „суспільство теперішнє–суспільство в майбутньому”, тому що саме „суспільство в майбутньому” буде користуватись „результатами” діяльності „суспільства теперішнього”. Розглянемо цю проблему детальніше.

При негативному впливі забруднення оточуючого середовища діяльністю суспільства розглядають екологічні витрати, до яких відносять всі види витрат, які забезпечують процес природокористування. Вони включають дві складові: витрати на попередження забруднення та витрати забруднення (економічний збиток). До перших відносять витрати на зниження викидів забруднюючих речовин в навколишнє середовище або витрати на попередження впливу цих викидів на суспільство [6, 37]. Другі розуміються на якості фактичних та можливих збитків, негативних змін у середовищі, що виражаються у грошовій формі [7]. Ключові слова, які привернули нашу увагу, були „можливі збитки та негативні зміни в середовищі”. Якщо дослідити історію людської діяльності, то можна зробити висновок: на кожному наступному етапі розвитку людства суспільство знаходило „нових” забруднювачів, які на попередньому етапі розвитку не розглядалися як такі, що забруднюють навколишнє середовище (хоча забруднення фактично здійснювалося, але воно не вважалось за забруднення). Осць ця різниця в інформації між „суспільством теперішнім” та „суспільством майбутнім” і є проблемою асиметричності. Чому саме проблемою? Оскільки тільки оцінивши збиток, ми можемо визначити „винних” у забрудненні (які саме й повинні відшкодувати природі, а фактично – майбутньому суспільству), розробити комплекс природоохоронних заходів, заходів відновлення та збереження природних ресурсів та якості середовища, запобігти підвищенню витрат виробництва тощо. Недооцінивши загальний збиток, ми збільшуємо екологічний борг навколишньому середовищу, відстрочення виплати за яким (розрив між появою боргу та його сплатою виникає як наслідок інформаційного розриву – моментом початку забруднення і моментом усвідомлення його суспільством) потребує

виплати екологічних „відсотків”, „штрафів” тощо, які знайдуть своє вираження у збільшенні екологічних витрат.

ВИСНОВКИ

Практика свідчить, що праці Нобелівських лауреатів Дж. Ейкерлофа і М. Спенса мали досить перспективне застосування не тільки у таких галузях, як макроекономіка, фінансові ринки, угоди зайнятості, а й у безлічі інших суспільних відносинах, демонструючи тим самим екстраординарну широту їх наукових інтересів. У даний час з посиленням про нерівність інформації виникає великий новий пласт економічної теорії. Слід зазначити, що науковий інтерес Дж. Ейкерлофа було зосереджено на одній особистості. Державі, вважав він, немає чого робити там, де виникають проблеми асиметричності інформації. На його погляд, існують лише два способи їх вирішення – гарантії та репутація. Примусити реалізувати гарантії можна тільки через суд. Так само, як і набуття порядної репутації можна тільки у відкритому суспільстві, коли кожний громадянин держави матиме вільний доступ до інформації про всі хороші справи і негаразди будь-яких компаній-продавців [1, 87-90]. В українському суспільстві реалізація гарантій через суд може бути ускладнена недосконалістю правового простору та корумпованістю певних гілок влади. З “відкритістю” суспільства в певній частині за останній рік українське суспільство досягло певних успіхів, але в контексті інформації про реальний стан компаній-продавців, про якість товару, який вони реалізують, ця проблема ще знаходиться в стані пошуку шляхів свого вирішення. Вважаємо, що подальший аналіз ситуації, яка виникає через існування нерівності інформації та зворотної селекції на ринках, розроблення та застосування в українських умовах існуючих моделей її аналізу є надзвичайно важливим та перспективним.

SUMMARY

PROBLEMS OF THE CONTEMPORARY MARKETS OF UKRAINE: ASYMMETRY OF INFORMATION

T.I. Shevchenko

The article gives the general positions of global experience of the analysis of the markets with asymmetry of information, considers the condition of the modern markets of Ukraine and offers some ways of avoidance of negative selection on them.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Довбенко М. Нобелівська премія за розробку теорії асиметричної інформації // Економіка України. – 2003. – № 10.
2. Akerlof G. The Market for Lemons: Quality, Uncertainty and the Market Mechanism. “The Quarterly Journal of Economics”. – 1970. – Vol. 84. – P.488-500.
3. Spence M. Job Market Signaling. “The Quarterly Journal of Economics”. – 1973. – Vol. 87. – P. 355-374.
4. Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика. – М.: Дело ЛТД, 1993.
5. <http://www.dedal.ua/dbm.php/7979/7980/8000?PHPSESSID=2dd>.
6. Экономическое регулирование охраны природы / П.И. Лапечук, А.В. Чупис, О.Л. Кашенко, Н.Х. Шершун. – К.: Урожай, 1994. – 160 с.
7. Балацкий О.Ф. Экономика чистого воздуха.– К.: Наукова думка, 1979.– 296с.

Шевченко Т.І., аспірант, СумДУ, м. Суми

Надійшла до редакції 1 жовтня 2007 р.