

Кафедра экономической теории ФА

Научно-теоретический семинар

"НОВАЯ ЭКОНОМИКА"

Джордж Акерлоф и его

«РЫНОК "ЛИМОНОВ"»

Доцент, к.э.н., Будович Ю.И.

Джордж Акерлоф (George A. Akerlof)



Родился:

- 17 июня 1940 в г. Нью-Хейвен (штат Коннектикут) в семье профессора Йельского университета, эмигранта из Швеции.

Образование:

- Йельский университет (1962 – степень бакалавра экономики), Массачусетский технологический институт (1966 – степень доктора экономики).

Работа:

- Преподавал в университете Беркли. В 1967–1968 работал профессором Индийского статистического института, в 1973 был одним из сотрудников Комитета экономических советников при президенте Никсоне. В 1978 - Лондонская школа экономики, с 1980 окончательно вернулся в Беркли.



Основоположник информационной экономической теории

- **лауреат Нобелевской премии по экономике 2001 «за анализ рынков с асимметричной информацией» совместно с Майклом Спенсом и Джозефом Стиглицем**
- **с 2006 г. Президент Американской экономической ассоциации**

Теория рынков с асимметричной информацией (theory of markets with asymmetric information) в последней четверти XX в. находилась на переднем рубеже экономической науки.

- сегодня модели с несовершенной информацией стали неотъемлемой частью аналитического аппарата фундаментальной науки**
- они применяются как в агропромышленном секторе развивающихся стран, так и на сложнейших финансовых рынках промышленно развитых стран**

Джордж Акерлоф

**РЫНОК "ЛИМОНОВ":
НЕОПРЕДЕЛЕННОСТЬ КАЧЕСТВА
И РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ**

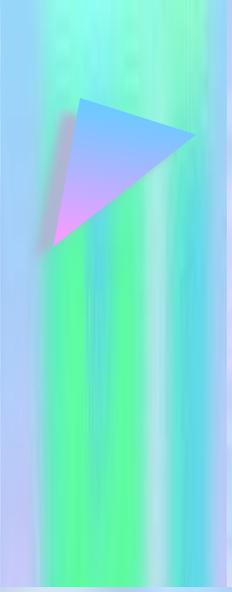


Перед нами рынок подержанных машин, состоящий из: качественных и сильно изношенных («выжатых») автомобилей, которые по внешнему виду трудно отличить от первых - те самые «лимоны» (так их называют в Америке), обессмертившие имя автора статьи.





Продавец на таком рынке осведомлен о качествах реализуемого товара лучше покупателя. Поэтому он будет расхваливать их одинаково и стараться продать «лимоны» по цене качественных и в результате на рынке произойдет «отрицательный отсев» - хорошие автомобили останутся у покупателей, а плохие вернутся на рынок.



Примеры проявления эффекта асимметрии и информации, приводимые Акерлофом

- медицинское страхование лиц старше 65 лет – почему цена страховки не возрастает в такой степени, чтобы соответствовать повышенному уровню риска? Ответ – спроса на дорогие страховки практически нет.**

- **проблема занятости среди представителей разных национальностей – отказ от приема на определенные виды работ – национальная принадлежность при приеме на работу может служить достаточно надежным статистическим показателем социального происхождения кандидата, качества его образовательной подготовки и его способностей как работника**

- **кредитные рынки в развивающихся странах – грабительские нормы процента, назначаемые местными ростовщиками по своим ссудам (15, 25 или 50% против базовых ставок в крупных городских банках 6, 8 и 10%). Они предоставляют ссуды только, если знакомы с заемщиком лично, или имеют возможность принудить заемщика исполнить договор.**

Местные ростовщики практически избавлены от конкуренции – любой посредник, который попытается рискнуть и поиграть на разнице между процентными ставками ростовщиков и городских банков, неизбежно станет притягательной мишенью для «лимонов» (не имея сведений о платежеспособности заемщиков, он рискует привлечь неплатежеспособных заемщиков) и разорится

- 
- **В конце концов, если не принять нужных мер, рынки будут разрушены – останутся только плохие машины, дорогие страховки не будут продаваться, крестьяне в развивающихся странах будут разоряться.**

Хотя в статье Акерлофа рынок «лимонов» рассматривался на абстрактном уровне, позже эмпирические исследования полностью подтвердили его выводы.



ВЫВОД

- **Акерлоф установил, что информационная асимметрия может привести к неприятию риска. Из-за несовершенной информации часть участников рынка порой покидает его, стремясь избежать риска.**



Противодействующие механизмы

- **Гарантия (риск несет продавец)**
- **Предоставление автомобиля на проверку**
- **Фирменный знак (брэнд)**
- **Лицензирование**
- **Государственная медицинская страховка для престарелых («Медикэйр»)**

- 
- **Создание сетей гостиниц и ресторанов, объединенных общим фирменным знаком (франчайзинг)**
 - **Лицензирование**
 - **Создание Обществ по взаимному кредитованию**
 - **Диплом о высшем или специальном образовании, ученая степень, Нобелевская премия – «фирменный знак на рынке труда»**