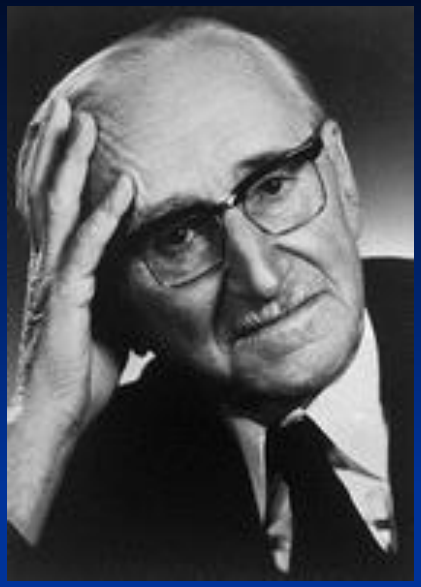


«Рассеянное знание» Ф. фон Хайека и «информационная асимметрия»

Усанов Павел Валерьевич,
доцент кафедры экономической теории СПб филиала НИУ-ВШЭ,
кандидат экономических наук

«Не будет преувеличением, если мы скажем, что на протяжении последних ста лет каждое серьезное открытие в экономической теории было шагом вперед в последовательном приложении *субъективизма*»

Ф. фон Хайек. Контрреволюция науки (Этюды о злоупотреблениях разумом). 1952.

Дж. Акерлоф о «рынке лимонов»

«На подобных рынках общественные выгоды не совпадают с частными, поэтому в ряде случаев государственное вмешательство может повысить благосостояние всех участников сделок»

«Таким образом, возникает асимметрия доступной информации, поскольку **продавцы теперь знают о качестве машин больше, чем покупатели»**

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

- Представьте себе, что вы приобрели новый автомобиль за 10 000 долл., проехали на нем 100 миль, а затем вдруг поняли, что на самом деле он вам не нужен. С автомобилем ничего не случилось — он работал прекрасно и оправдал все ваши ожидания. Вы просто почувствовали, что с таким же успехом могли бы обойтись без него и больше выиграли, если бы сохранили деньги для других вещей. Итак, вы решаете продать этот автомобиль. Какую выручку вы могли бы ожидать за него? Вероятно, не больше, чем 8000 долл., даже если это автомобиль новой марки, имеет лишь 100 миль пробега и у вас есть документы, разрешающие передать его другому лицу. По-видимому, если вы поставите себя на место предполагаемого покупателя, вы сами не отдадите за него более 8000 долл. Почему же один лишь факт продажи автомобиля из вторых рук так значительно снижает его ценность?
- Подержанные автомобили продаются существенно дешевле, чем новые, потому что информация об их качестве асимметрична: **продавец такого автомобиля знает о нем гораздо больше, чем потенциальный покупатель**.

	Покупатель	Цена	Продавец
Рынок новых автомобилей	Одинаковый объем информации	10 000	Одинаковый объем информации
Рынок подержанных автомобилей	Информации меньше, чем у продавца	8 000	Информации больше, чем у покупателя
Дисконт		2 000	

Последствия информационной асимметрии

Моральный риск	Неблагоприятный отбор
Это вероятность неблагоприятного влияния заключения контракта на поведение экономического агента	Это вытеснение с рынка худшими агентами лучших
Моральный риск и неблагоприятный отбор являются следствием функционирования рынка с информационной асимметрией	

Четыре принципиальных вопроса

1. Почему считается, что на «рынке лимонов» большей информацией обладает продавец?
2. Возможно ли корректное сопоставление количества информации у двух экономических агентов?
3. Существует ли на самом деле «рынок лимонов»? Как определить является ли конкретный рынок «рынком лимонов»?
4. Не существует ли в данном случае проблемы гипостазирования?

Басня о клавишах, басня о маяках, басня об информационной асимметрии

Басня о клавишах	Раскладка клавиатуры QWERTY является не эффективной по Парето
Басня о маяках	Все маяки финансировались из государственных средств
Басня об информационной асимметрии	Информационная асимметрия – один из видов провалов рынка

Необходимость интервенционизма

Необходимость его учитывать
при проведении экономической политики

Моральный риск и неблагоприятный отбор как следствие
иррационального начала человека

Перенесение свойств рынка лимонов
на неопределенное множество случаев

Дисконт на данном рынке является
следствием провала рынка

Модель «рынка лимонов»

Пример того, как на рынке подержанных автомобилей
дисконт определяется тем, что
у **покупателя меньше информации, чем у продавца**

Чистый феномен дисконта

	Покупатель	Цена	Продавец
Рынок валюты	Одинаковый объем информации	30	Одинаковый объем информации
Рынок рублей	*Информации меньше, чем у продавца*	29,5	*Информации больше, чем у покупателя*
Дисконт		0,5	

Что продавец знает о долларах, чего не знает о них банк?

Роль предпринимателя в открытии знания. Алертность.

Как объяснить феномен дисконта на «рынке лимонов» и на всех остальных рынках?
Разница между ценой новой машины и подержанной является следствием того, что покупатель обладает большей информацией о возможности извлечь из нее пользу, чем продавец, он получает свою предпринимательскую прибыль за обнаружение этого «рассеянного знания», которое он обнаруживает, проявляя предпринимательскую алертность

Свойства информации в модели «рынок лимонов»	Свойства «рассеянного знания»
Объективность	Субъективность
Неизменность	Сиюминутность
Передаваемость	Непередаваемость
Абстрактность	Конкретность
Бесполезность	Практичность

«Дисперсия знания» не провал рынка, а его неотъемлемое свойство

Экономическая теория информации	
Дж. Акерлоф	Ф. фон Хайек
«Дисперсия знания» - один из провалов рынка	«Дисперсия знания» не провал рынка, а его неотъемлемое свойство
Государство должно устранять эти провалы	Вмешательство государства приведет лишь к разрушению экономического порядка

	Приоритет по времени	Приоритет по реалистичности и логичности
Дж. Акерлоф	Статья «Рынок «лимонов»: неопределенность качества и рыночный механизм» (1970)	Все рынки могут характеризоваться «информационной асимметрией», прибыль на рынке – свидетельство провала рынка, который должен быть устранен государством
Ф. фон Хайек	Статья «Экономическая теория и знание» (1936) и «Использование знания в обществе» (1945)	Все рынки характеризуются «рассеянным знанием», которое открывается предпринимателем в процессе конкуренции, государство лишь может помешать этому процессу

Идеи Дж. Акерлоф и Р. Шиллер в книге Animal Spirits (2009)

- «Особенно актуальными наши идеи будут в связи с происходящей сейчас рецессией: те, кто находятся у власти, должны узнать, что делать дальше. Нужны они и тем, кто интуитивно уже принимает верные решения, например председателю Федеральной резервной системы Бену Бернанке. Лишь эта концепция даст таким деятелям должную уверенность и необходимую теоретическую базу, чтобы предпринять решительные меры, которые обуздают нынешний экономический кризис»
- «Мы подчеркиваем необходимость создания комитетов и комиссий, которые будут разрабатывать реформу финансовых учреждений и придумывать правила, в которых мы все так остро нуждаемся»

Эти комитеты будут отвечать на следующие вопросы:

1. Как определить, кого и когда спасать с помощью денежных вливаний?
2. Какой должна быть капитализация банков?
3. Важно ли вовремя применять налоговое и кредитно-денежное стимулирование?
4. Когда следует проводить банк через процедуру банкротства с наименьшими издержками?
5. Когда расплачиваться со всеми вкладчиками?

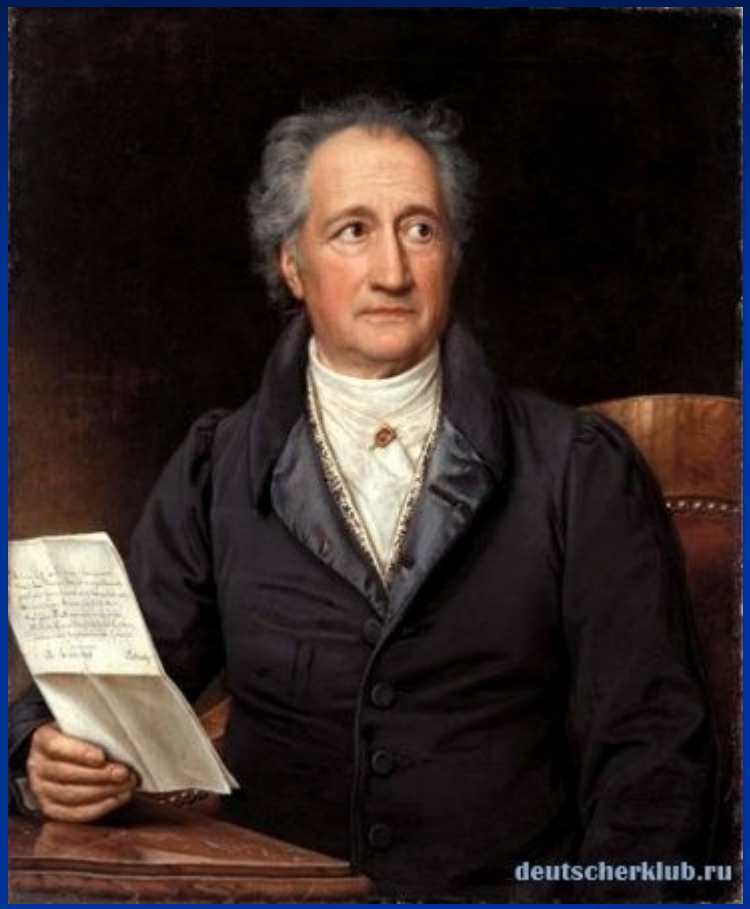
- Экономическая политика в период до кризиса и во время него основывалась на рекомендациях тех, кто разделяет концепцию «информационной асимметрии»
- Они одобрительно относятся к политике понижения процентной ставки в период кризиса, сопровождающейся кредитной экспансией, увеличением государственных расходов и национализацией
- Они являются также противниками любых институциональных реформ, требующих отказа от политики этатизма

«The curious task of economics is to demonstrate to men how little they really know about what they imagine they can design»

Hayek F. A. The Fatal Conceit, 1988.

Гете о деятельном невежестве

«Нет ничего страшнее деятельного невежества»



Гете И. Избранные сочинения по естествознания. М.; Л., 1957, С. 406.

Нет ничего опаснее для социального и экономического порядка, чем пагубная самонадеянность тех, кто не знает, как устроен этот спонтанный порядок, но претендует на то, что знает, как в него вмешиваться.

Усанов Павел Валерьевич

www.usanovpv.ru