

11. АСИММЕТРИЯ ИНФОРМАЦИИ

Габриелян М.В., Хурс М.Д.

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

Фещенко С.Л. – старший преподаватель

Аннотация. Работа посвящена исследованию понятия «асимметрия информации». Рассматриваются различные подходы к данному определению. Выявляются различные формы проявления асимметрии информации. В соответствии с представленными данными, выделяются характеристики этого явления. Также определяются последствия существования асимметрии в экономическом пространстве.

Понятие асимметрии, как меры несимметричности распределения, было введено в научный оборот К. Пирсоном в 1895 году. С того времени это понятие накопило ряд общепризнанных характеристик. Оно описывает направленность против чьих-либо действий [1], наличие значимой информации у одного из участников сделки [2], а также свойство несоразмерности и отсутствия симметрии [2]. В различных определениях асимметрии можно выделить ключевую характеристику - преимущество одного субъекта перед другим в определенной ситуации. Таким образом, асимметрию можно определить как ситуацию, в которой один субъект отношения обладает преимуществом, о котором другой субъект не знает или не может преодолеть. В современных справочных изданиях подтверждается согласие относительно определения понятия асимметрии, и оно трактуется аналогичным образом.

С конца XX и в начале XXI века понятие асимметрии информации стало широко распространено и получило признание в различных областях знаний, став основой для различных исследований. Экономисты – Джордж Акерлоф, Майкл Спенс и Джозеф Стиглиц – оказали значительное влияние на разработку и написание статей, посвященных теории асимметричной информации. Все трое получили Нобелевскую премию по экономике в 2001 году за свой вклад в развитие данной теории [6].

Асимметрия информации может проявляться в различных видах деловых отношений, например [7]:

а) Медицинское страхование: актуарии в страховой индустрии знают больше о рисках, чем застрахованные лица, поэтому страховые компании могут взимать высокие платежи даже у здоровых людей. Это также объясняет отсутствие возможности переговоров на страховых рынках.

б) Финансовые рынки: финансовые специалисты имеют больший доступ к информации о рынке, чем розничные инвесторы. Некоторые брокеры могут направлять клиентов к высокорисковым инвестициям или взимать высокие комиссии, скрывая внутреннюю информацию о прибыльности бизнеса. Это связано с асимметрией информации между специалистами и клиентами.

в) Продажа автомобилей: продавцы подержанных автомобилей обладают большей информацией о надежности автомобилей, чем потенциальные покупатели. Неопытным клиентам могут представляться хорошие машины, которые на самом деле являются неподходящими, так как продавцы обладают большим объемом информации.

г) Образование: асимметрия информации возникает между учениками и образовательными учреждениями. Ученики могут не знать достаточно о качестве программ, репутации университетов или перспективах трудоустройства после окончания обучения. Это может привести к неправильному выбору учебного заведения или программы, оказывающему влияние на их карьеру.

Преимущество одного субъекта над другим может быть связано с доступом к информации, которая не является общедоступной или которой не обладает другая сторона. Это может создавать неравные условия для принятия решений и ведения бизнеса. Наличие асимметрии информации может приводить к недоверию и неэффективности взаимодействия между сторонами.

Согласно современным справочным изданиям, асимметрия информации может проявляться в различных формах, таких как неравномерное распределение информации, скрытая информация, ложная информация или недостаток информации [4]. Это может иметь серьезные последствия для экономической эффективности, конкурентоспособности и справедливости [4].

Осознание и устранение асимметрии информации имеет важное значение для достижения более справедливых и эффективных результатов. Это может быть достигнуто через прозрачность, обмен информацией, регулирование и законодательство, образование и повышение осведомленности потребителей и других участников [5].

В аспекте содержательных характеристик асимметрии, можно выделить следующие особенности:

а) Несоразмерность, которая указывает на нарушение меры, используемой для оценки или сравнения одного и того же явления. Это означает, что различные стороны могут иметь разные

представления о значимости или важности определенных аспектов, что может привести к неравному восприятию и оценке ситуации.

б) Необъективность выражается в неправильной оценке существующего положения вещей и приводит к различным объемам информации, доступной различным экономическим субъектам. Это может возникать из-за неравного доступа к информации, скрытой информации или искаженных представлений о реальности. Как следствие, разные стороны могут иметь различные уровни информированности и понимания ситуации.

в) Искаженное отражение действительности указывает на то, что асимметрия информации может привести к неадекватному восприятию и интерпретации реальности. Это может происходить из-за недостатка информации или избирательного представления информации, что в итоге искажает картину и приводит к неправильным выводам и решениям.

Эти характеристики асимметрии информации подчеркивают неравенство в доступе к информации и неправильное восприятие реальности, что имеет серьезные последствия для принятия решений, эффективности и справедливости в различных областях деятельности.

Асимметрия информации способна привести к различным негативным последствиям, таким как искажение отношений между экономическими субъектами. Это может вызвать появление противоречий и непонимания между сторонами сделки. Одна сторона может воспользоваться асимметричной информацией для своей выгоды, проявляя оппортунизм и создавая неравные условия для другой стороны. Искажение отражения реальности является еще одним результатом асимметрии информации. Когда одна сторона обладает большим объемом информации, а другая лишь ограниченным доступом к ней, возникает риск искаженного представления о ситуации и неправильного принятия решений. Недостаточное или искаженное понимание фактической реальности может привести к отклонению фактических результатов от желаемых.

Сила связи между наличием асимметрии информации и выбором средства разрешения для сокращения или использования информационных преимуществ зависит от намерений и мотивации главных участников. Рассматриваются три возможных варианта: сокращение-сокращение, сокращение-увеличение и увеличение-увеличение [5].

Сокращение-сокращение: обе стороны сделки сотрудничают, чтобы сократить свои уровни асимметрии информации относительно друг друга. Например, соглашения менеджеров и сотрудников о стандартах производительности для сокращения уклонения от работы.

Сокращение-увеличение: один из участников стремится сократить асимметрию информации, а другой - увеличить её. Например, совет директоров фирмы часто представляется как имеющий стимул сократить асимметрии информации, в то время как управление фирмой может быть заинтересовано в увеличении этого условия.

Увеличение-увеличение: обе стороны стремятся увеличить уровень асимметрии информации друг друга. Примеры включают отношения между менеджерами, предложения среди конкурирующих кандидатов на работу, зарплаты сотрудников и использование фирмами асимметрий в стратегических целях.

Таким образом, асимметрия информации – это широко распространенное явление, влияющее на различные сферы бизнеса, которое может создавать неравновесное и неправильное функционирование рынков. Поэтому важно стремиться к устранению асимметрии информации, путем повышения прозрачности [], обмена информацией и развития механизмов контроля, чтобы обеспечить более справедливые и эффективные результаты. Стратегии снижения асимметрии включают сотрудничество и регулирование, но некоторые стороны могут иметь интерес в её увеличении. Разрешение асимметрии может способствовать эффективности рынков и созданию ценности при условии согласования между участниками.

Список использованных источников:

1. Лозовский, Л. Ш. Универсальный бизнес-словарь / Л. Ш. Лозовский, Б. А. Райзберг, А. А. Ратновский. – М. : ИНФРА-М, 1997. – 640 с
2. Петрова, Е. А. Современный информационный рынок: микроэкономический анализ закономерностей формирования и развития / Е. А. Петрова. – М. : Гелиос АРВ, 2004. – 128 с
3. Райзберг, Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – М. : ИНФРА-М, 1997. – 496 с.
4. Шрейдер, Ю. А. Информация и знание / Ю. А. Шрейдер // Системная концепция информационных процессов : сб. тр. – М. : ВНИИСИ, 1988. – Вып. 3. – С. 47–53
5. Information Asymmetry in Management Research: Past Accomplishments and Future Opportunities [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/327804777_Information_Asymmetry_in_Management_Research_Past_Accomplishments_and_Future_Opportunities. Дата доступа: 11.03.2024.
6. Theory of Asymmetric Information Definition & Challenges [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.investopedia.com/ask/answers/042415/what-theory-asymmetric-information-economics.asp>. Дата доступа: 11.03.2024.
7. Information Asymmetry Explained (With Examples) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.masterclass.com/articles/information-asymmetry-explained>. Дата доступа: 12.03.2024.
8. Феценко, С.Л. Концептуальные взаимосвязи цифровой прослеживаемости, цифрового дизайна и информационной асимметрии в цепях поставок / С. Л. Феценко // Вестник Беларускага дзяржаўнага эканамічнага ўніверсітэта. – 2024. – № 2. – С. 44-53.