

компаній набрало кількість баллів, дозволяюче їм відноситися до четвертому рівню стійкості. Ні одна із включених в опитування компаній, не накопила потрібного показника для вищого рівня стійкості.

Особливий інтерес представляє аналіз рівня стійкості з урахуванням розмірів компаній. В дослідженні підкреслюється, що частка малих і середніх підприємств зменшується по мірі збільшення рівня стійкості, а для великих підприємств ситуація змінюється на протилежну. На IV-му рівні стійкості 100 % компаній є великими, на III-му рівні – 75 %, на II-му рівні – 25 %, а на першому рівні немає ні одного великого підприємства.

Таким чином, використання моделі оцінки стійкості бізнесу може дати нам багато практичних переваг, а саме: порівняльний аналіз глобальної ефективності діяльності компанії; визначення рейтингу компанії по рівню стійкості; а також виявлення сильних і слабких сторін компаній для стійкого розвитку. Оцінка рівня стійкості компанії служить важливим інформаційним ресурсом, який дозволяє оптимізувати процес стратегічного планування і інші аспекти управління організацією, покращуючи взаємовідносини зі стейкхолдерами.



Свистільник В. Ю.

Київський національний торговельно-економічний університет

ІНФОРМАЦІЙНА АСИМЕТРІЯ ТА ЇЇ НАСЛІДКИ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІКИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ТИПУ

На сучасному етапі суспільного розвитку неможливо не звернути увагу на зростаючу роль інформації та знань, що стали причиною формування нового виду економічної системи – інформаційної економіки.

Інформаційна економіка являє собою абсолютно новий тип економіки у якому вирішальну роль у формуванні валового внутрішнього продукту відіграє інформація та процес її обробки. Роль ручної праці в інформаційній економіці відходить в минуле, а людина стає цінною як носій інформації та знань. Для інформаційної економіки характерними є інновації та підприємництво, формування демократії та збільшення робочих місць у абсолютно нових галузях.

Проте, не дивлячись на значні переваги, як для будь-якого іншого типу економічних систем для інформаційної економіки є притаманними і свої суттєві недоліки. Серед яких вирішальну роль відіграють значний розподіл населення (адже цінними стають професії, пов'язані з розумовою діяльністю, тоді коли всі інші відходять на другий план) та інформаційна асиметрія.

Інформаційна асиметрія – це так званий ринковий провал або ж фіаско ринку, тобто ситуація під дією якої він не спроможний повноцінно виконувати одну або більше своїх функцій, що зумовлює необхідність втручання з боку регулюючих органів державної влади.

Інформаційна асиметрія – як ринковий провал, зумовлена інституціоналізацією множинності неефективних ринкових рівноваг, породжених намаганнями кожної із сторін трансакції до експлуатації нерівномірності розподілу інформації між контрагентами з одного боку, та протидії відповідній експлуатації, з іншого, що призводить до збільшення суспільно неефективних витрат.

Явище інформаційної асиметрії може мати як об'єктивний характер, виникаючи на ринках всупереч рівномірному розподілу ресурсів і можливостей щодо просування власного товару, так і суб'єктивний – наприклад, коли окремі суб'єкти господарювання, володіючи та користуючись своєю ринковою владою, свідомо й агресивно просувають менш якісний товар з метою мінімізації власних витрат та максимізації прибутку [1].

Інформаційна асиметрія залежно від типу суб'єкта ринкових відносин, який піддається безпосередньому впливу має три основні напрями поширення: вертикальний (виробник – кінцевий споживач), горизонтальний (конкурент – конкурент) та регуляторний (державна – виробник – кінцевий споживач).

Що стосується впливу інформаційної асиметрії на кінцевого споживача, то здебільшого він здатний проявлятися у виникненні ефекту несприятливого відбору.

Ефект несприятливого відбору – ситуація, коли товари різної якості продаються по однаковій ціні. Оскільки споживачі чи продавці не мають достатньої кількості ресурсів та обмежені в часі для пошуку необхідної для здійснення правильного вибору інформації. Відсутність необхідного для прийняття оптимального рішення об'єму інформації стає свідомим вибором споживача.

Ефект несприятливого відбору далеко не єдиний випадок, коли суб'єкт усвідомлено чи, можливо, напівусвідомлено обирає певний товар або виконує дії, що можуть призвести до певних втрат з його боку. Теж саме стосується і так званого морального ризику або ризику безвідповідальності.

Ризик безвідповідальності можна охарактеризувати як усвідомлені ризикові дії суб'єкта ринкових відносин, які призводять до певних втрат на які він готовий піти з метою отримання більшої вигоди.

Наслідками інформаційної асиметрії для конкурентів часто стає збільшення трансакційних витрат. З метою подолання інформаційного бар'єру суб'єкти господарювання змушені збільшувати витрати, пов'язані із отриманням та обробкою інформації, – трансакційні витрати. Таким чином боротьба за достовірну інформацію на ринку в результаті стає наслідком зростання ціни товару, що впливає на купівельну спроможність кінцевого споживача.

Однією з найбільш поширених ілюстрацій поширення інформаційної асиметрії регуляторним каналом є активне лобіювання державою інтересів обмеженого кола осіб.

Регуляторний канал поширення інформаційної асиметрії може бути коротким, якщо він охоплює лише двох суб'єктів – регулятора та об'єкт регулювання. Він може бути довгим, якщо містить окрім них ще й множину посередників, що виступають лобістами прийняття відповідного регуляторного рішення. Але поширення ефектів інформаційної асиметрії цим каналом завжди є багатовекторним, оскільки прийняті державним регулятором рішення впливають на кожного члена суспільства у межах, окреслених за висловом Д. Нортона «здатністю обкладати податком інших» [2, с. 492].

Таким чином, інформаційна асиметрія (як і будь-який інший тип інформації) дифузійно поширюється на ринку, проникаючи в усі можливі моделі ринкових взаємовідносин. Існує безліч наслідків поширення інформаційної асиметрії на ринку, серед яких збільшення ціни на кінцевий продукт, несприятливий вибір, ризик безвідповідальності, недобросовісна конкуренція, фантомна диференціація товару тощо. Крім того, за виняткових умов вона також здатна стати причиною абсолютної неспроможності того чи іншого ринку. Наслідки інформаційної асиметрії переплітаються, плавно переходячи від одного учасника ринкових відносин до іншого, що часто стає результатом деформації не лише окремих локалізованих ринків та галузей, а й економіки країни в цілому. Державна, основним завданням якої є протидія поширенню інформаційної асиметрії, не лише контролює ситуацію, а й здатна активно лобіювати її поширення.

Список використаних джерел:

1. Крепс Д. М., Уилсон Р. Репутация и несовершенная информация. В : Вехи экономической мысли, т.5, 2003.
2. Шаститко А. Е. Новая институциональная экономическая теория. 3-е. изд., перераб. и доп. М. : Экономический факультет МГУ, ТЕИС, 2002. 591 с.