

George Akerloff

George Arthur Akerloff este un economist american, profesor de economie la Universitatea din Berkeley (California), laureat al Premiului Nobel pentru Economie în 2001 (alături de Michael Spence și Joseph E. Stiglitz). Popularitatea sa la scară mondială debutează odată cu articolul „*The Market of Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism*” (Piața lămpâilor: Incertitudinea asupra calității și mecanismul pieței), publicat în *Quarterly Journal of Economics* în 1970, prin care reușește să identifice și să analizeze problemele majore care pot afecta piețele caracterizate de asimetria informațională.

Teoria asimetriei informaționale se referă la faptul că indivizii care se angajează în realizarea unei tranzacții de în grade diferite de cunoaștere cu privire la obiectul viitoarei tranzacții. Prezumția că cealaltă parte ar deține o mai bună cunoaștere a obiectului, poate duce la o modificare a comportamentului, iar prin urmare, poate duce la ineficiență. Această caracteristică, a distribuirii neuniforme a informației, stă la baza unui număr vast de fenomene economice. Selecția adversă și hazardul moral sunt două exemple ale asimetriei informaționale.

Selecția adversă presupune adoptarea unei decizii pe baza unei informații privilegiate, fără a cunoaște cu certitudine dacă aceasta este validă sau nu. Un exemplu în acest caz, îl poate constitui un individ care suferă de o anumită afecțiune medicală, deoarece acesta ar fi mult mai înclinat să își facă o asigurare de viață, decât un individ complet sănătos.

Hazardul moral presupune tendința asumării nejustificate a unor riscuri pe fondul suportării costurilor de către o terță parte care preia în tot sau în parte acest risc. Pentru a înțelege mai bine acest fenomen, vom lua drept exemplu o societate comercială care încheie o asigurare de avarii accidentale, furt prin efracție și tâlhărie. Dacă până la încheierea asigurării, administratorul societății dă dovadă de precauție, asigurându-se continuu asupra securității punctului de lucru, după încheierea respectivei asigurări, poate da dovadă de mai puțină precauție, întrucât, din acel moment, consecințele negative privind furtul prin efracție, spre exemplu, devin responsabilitatea companiei de asigurări. Astfel, una dintre părți ia decizie asupra riscului pe care cealaltă parte o va suporta. Comportamentul primei părți se schimbă, întrucât nu mai este complet expus riscului.

George Akerloff aduce în prim-plan problematica asimetriei informaționale și riscurile selecției adverse în articolul „*The Market of Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism*”. Primul exemplu pe care îl aduce în discuție este cel al automobilelor.

Plecând de la premisa că vânzătorul știe de la bun început dacă obiectul tranzacției este într-o stare funcțională bună sau este o „lămpâie” (un automobil cu defecțiuni tehnice), iar cumpărătorul nu știe absolut

nimic despre calitatea obiectului în cauză, se deschide discuția despre consecințele negative pe care asimetria informațională o poate avea asupra pieței. Principiul este unul simplu: cumpărătorul nu poate avea acces la informații despre starea obiectului dacă vânzătorul omite să prezinte toate caracteristicile acestuia. Astfel, cumpărătorul nu are de unde să cunoască adevărata stare a obiectului, decât punând întrebări la care vânzătorul este obligat să-i răspundă. În cazul în care omite să o facă, riscul de a se înșela poate deveni inevitabil.

În articolul său, George Akerloff prezintă selecția adversă luând în considerare cumpărătorii care nu pot determina calitatea reală a automobilului dorit, afirmând că „marile bune și cele proaste pot fi vândute la același preț”, întocmai din cauza prezumției fcute de către cumpărător. Prin urmare, prețul de achiziție al unui automobil nou poate ajunge la prețul de achiziție a unei „lămâi” din cauza interpretării succinte, total eronate a calității produsului, dar mai ales, din cauza distribuirii neuniforme a informației – în linii mari și superficial spus, vânzătorul deține informații la care cumpărătorul nu are acces.

Totodată, un exemplu verosimil pentru înșelegerea asimetriei informaționale se regăsește în articolul lui Akerloff sub titlul „*The Employment of Minorities*”. Acesta afirmă că o întreprindere va evita să angajeze minorități, întocmai pentru că angajatorul are dificultăți în a anticipa pregătirea reală a presupusului candidat. O astfel de situație a fost prezentată și de economistul american Michael Spence, pentru a explica același principiu. Spence prezintă situația în care o firmă este interesată de angajarea unei persoane care deține „capacități de învățare”. În mod cât se poate de evident, toți candidații vor susține că dețin „capacități de învățare”, însă doar ei știu cu certitudine dacă acest lucru este real. Exact ca în cazul automobilelor, este greu de anticipat calitatea „produsului” atunci când interesul vânzătorului (respectiv, al candidatului) primează.

Desigur, problematica selecției adverse nu se limitează doar la exemplele de mai sus. Totuși, trebuie precizat că astfel de situații pot conduce la un puternic declin economic, întocmai de aceea, soluțiile pentru prevenirea unui probabil colaps economic nu au întârziat să apară.

În Uniunea Europeană există norme stricte pentru prevenirea cazurilor de acest gen. Ne vom referi, îndeosebi, la Cartea albă din 2 aprilie 2008, intitulată „*Acțiuni în despăgubire pentru cazurile de încălcare a normelor CE antitrust*”. Scopul Cărilor albe este de a determina orice cauză care ar putea periclita accesul reclamantului la despăgubiri, în situația în care acesta a fost „victimă” încălcării normelor antitrust ale Uniunii Europene (totodată, Cartea albă are menirea de a defini soluțiile politice la aceste probleme). De cele mai multe ori, persoanele prejudiciate în domeniul antitrust nu dețin acces la probele necesare pentru a-și dovedi cererea de despăgubire sau chiar valoarea pagubelor. Prin urmare, accesul la probele deținute de părți devine esențial pentru a diminua asimetria informațională dintre cele două părți.

Reclamantul trebuie să prezinte toate probele disponibile care constituie temeiuri plauzibile pentru dovedi că a suferit un prejudiciu în urma unei încălcări a normelor antitrust. Totodată, trebuie să poată demonstra în fața instanței că se află în imposibilitatea de a aduce el însuși probele solicitate. Trebuie specificate categorii precise de probe care ar urma să fie dezvoltate, iar dezvoltarea acestora trebuie să fie pertinentă, necesară și proporțională.

BIBLIOGRAFIE:

George, Akerloff, „*The Market of Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism*”, în *The Quarterly Journal of Economics*, vol. 84, Issue 3, 1970, pp. 488-500;

https://europa.eu/youreurope/business/selling-in-eu/competition-between-businesses/competition-rules-eu/index_ro.htm , accesat în data de 04.01.2024;

<https://www.investopedia.com/terms/l/lemons-problem.asp> , accesat în data de 04.01.2024

Revision #3

Created 27 December 2023 11:37:37 by Christian Nasulea

Updated 7 January 2024 08:15:15 by Monica Nevodari