



Вільфред ТРІЛЛЕНБЕРГ

НОБЕЛІВСЬКІ ПРЕМІЇ У ГАЛУЗІ ЕКОНОМІКИ

Офіційна назва Нобелівської премії у галузі економіки – «Премія Центрального банку Швеції в галузі економіки пам'яті Альфреда Нобеля». 27 листопада 1895 р., за рік до смерті, шведський інженер-хімік Альфред Нобель підписав заповіт, що мав би втілити певні цілі, яким він присвятив так багато у своєму житті. А. Нобель обумовив у ньому, що найбільша частина його спадщини, більш ніж 31 мільйон шведських крон (сьогодні приблизно 1500 млн. крон, або 163576880 євро), повинна бути конвертована в інвестиційні фонди. Дохід від інвестицій мав розподілятися щорічно на п'ять рівних частин як премії тим, «хто протягом попереднього року приніс найбільшу користь людству». Премію мали присуджувати за досягнення у таких галузях, як: фізика, хімія, фізіологія або медицина, література та за діяльність у зміцненні миру.

Премію за досягнення в економічних науках заснував Центральний банк Швеції у 1968 р. під час святкування свого трьохсотріччя на основі безстрокових економічних зобов'язань. Королівська шведська академія наук уповноважена визначати нагороду відповідно до тих принципів, за якими присуджували Нобелівські премії з 1901 р.

Процес відбору лауреатів базується на тих принципах, що й для інших Нобелівських премій. Щороку Академія отримує близько 250 номінацій, що, як правило, охоплюють коло кандидатів, кількість яких становить близько ста чоловік. Від п'яти до восьми членів відбіркового Нобелівського комітету з присудження премії в економіці академічної комісії розглядають дослідження потенційних кандидатів. Комітет з присудження премій представляє результати обговорення та пропозицію про нагороду в Комісію суспільних наук академії у вигляді звіту з детальним оглядом діяльності го-

© Вільфред Трілленберг, 2002.

Трілленберг Вільфред, кандидат економічних наук, професор кафедри менеджменту, Тернопільська академія народного господарства, Україна.

ловних кандидатів, висунутих на отримання премії. Звіт містить аргументи на підтримку пропозицій та включає всі наукові праці фахівців, які претендують на премію. На заключному засіданні Академії роблять остаточний вибір лауреатів. Премії присуджують у таких напрямках економічних наук: теорія загальної рівноваги, макроекономіка, мікроекономіка, міжпредметні дослідження, нові методи економічного аналізу.

Найперша Нобелівська премія в економіці була присуджена в 1969 р. і розділена між ученими Раґнаром Фрішем (Норвезький університет, м. Осло) і Яном Тінберґеном (Нідерландська школа економіки, м. Роттердам) за розробку і застосування динамічних моделей для аналізу економічних процесів, за їхню дослідницьку роботу в галузі економетричного моделювання, тобто інтеграції економічної теорії і статистичних методів. Тоді як Р. Фріш розробляв загальні методи динамічного й економетричного аналізу, Я. Тінберґен був першим у застосуванні цих моделей емпірично. Згадані дослідники відіграли також провідну роль у розробці офіційної теорії зв'язку між інструментами і цілями економічної політики. Вони надали цій теорії форми, сприятливої для емпіричного визначення кількості та статистичного тестування. Р. Фріш ґрунтував свій аналіз частково на системі національних рахунків для Норвегії, так званій «oekosirk system» (потоків доходів і витрат), тоді як головне досягнення Я. Тінберґена полягало у розробці статистичних тестів для доведення реалізму альтернативної теорії економічного циклу.

Найперші Нобелівські премії були присуджені за особливі досягнення у галузі макроекономіки. В 1970 р. американець Поль А. Самуельсон із Масачусетського технологічного інституту (Кембридж) отримав другу премію за розробку статичної і динамічної економічної теорії та вагомий внесок у вдосконалення економічного аналізу. Подальших 20 років премії надавали у галузі макроекономіки. І лише з 1990-их рр. нагородами були відзначені результати діяльності у галузі мікроекономіки. Так, у 1992 р. американський економіст Гарі Беккер із м. Чикаго отримав Нобелівську премію за розширення галузі економічного аналізу аж до аспекту людських взаємовідносин, включаючи при цьому неринкові відносини. Цей учений працював на межі економіки і соціології, досліджуючи, зокрема, сім'ю. Він аналізував не лише «економічний» бік у поведінці членів сімей – працевантаження, споживання, домашнє виробництво і заощадження, а й такі недосліджувані раніше чинники, як освіта, шлюб, народження дітей, розлучення тощо. Г. Беккер також показав, як економічні причини впливають на вибір у цих сферах, і проаналізував «соціальну взаємодію» між індивідуумами поза ринковою системою.

Останні Нобелівські премії в економіці були присуджені за аналіз ринків з асиметричною інформацією. За попередніми моделями у галузі мікроекономіки припускали, що всі учасники ринку є однаково поінформованими. Однак реальність завжди відрізняється від теорії, тому продукція нижчої якості може витіснити продукцію вищої якості. У 2001 р. Премія Центрального банку Швеції в галузі економіки пам'яті Альфреда Нобеля була розді-

лена між Джорджем А. Акерлофом з Каліфорнійського університету (США, м. Берклі), Майклом А. Спенсом із Стенфордського університету (США, м. Стенфорд) і Джозефом Е. Стігліцем з Колумбійського університету (США, м. Нью-Йорк). Протягом 1970-их рр. ці лауреати розробили фундаментальні положення загальної теорії ринків із асиметричною інформацією, застосування якої надзвичайно широке – від традиційних сільськогосподарських ринків до сучасних фінансових. Таким чином, внесок науковців – це основа сучасної інформаційної економіки.

Визнання мікроекономіки як науки має кілька підстав. Сучасні моделі прийняття рішень більше не є абстрактними, оскільки з 1980-их рр. вони адаптовані до реальності. Значення мікроекономіки значною мірою зросло. У 1990-их рр. більш ніж половину Нобелівських премій було присуджено економістам, які аналізували поведінку індивідуумів на товарних і фінансових ринках. На той час у світі виникли нові проблеми: високий рівень безробіття, некерованість ринків, соціальні реформи, тому вищезазначені моделі стали необхідними для знаходження конкретних рішень у цих сферах.

Що таке ринки з асиметричною інформацією?

В економіці багато ринків, які характеризуються асиметричною інформацією: дійові особи в ролі покупців, з одного боку ринку, набагато менше поінформовані, ніж продавці – з іншого. Наприклад, керівники та представники органів управління знають набагато більше про прибутковість підприємств, ніж акціонери; перспективні клієнти знають більше, ніж страхові компанії про випадкові ризики; орендарі знають більше, ніж землевласники про умови збирання врожаю та необхідні затрати праці; позичальники знають більше, ніж кредитори про перспективи погашення боргів. На ринку праці спеціаліст знає свої можливості краще, ніж роботодавець, який шукає робочу силу. Ми можемо знайти асиметричну інформацію на різних ринках: ринку технічних товарів, продовольчому ринку, ринку освітніх послуг, ринку праці, страховому ринку, фінансовому ринку і ринку капіталу.

У статті Дж. Акерлофа «Ринок «лимонів»: невизначеність якості та ринковий механізм» проаналізовано ринок продукції, де продавці краще інформовані, ніж покупці про якість товару (наприклад, ринок автомобілів, що були в користуванні). Припустимо, автомобілі, що продаються, бувають двох якостей: низької і високої. Кожен покупець зацікавлений у придбанні однієї одиниці товару, але він не може помітити різниці в якості автомобілів на момент покупки. Всі покупці однаково визначають вартість двох різних за якістю машин. Усі автомобілі мають однакову ціну, і тільки продавець знає про якість автомобіля, що продає, та усвідомлює вартість двох різних за якістю машин. За наявності окремих ринків для товарів низької і високої якості, різниця між вартістю товару менш низької та найнижчої якості дала б змогу здійснювати вигідні операції для обох сторін на ринку низької якості,

як і різниця в ціні товару високої і найвищої якості. Таким чином можна досягти соціально ефективного результату: при цьому будуть отримані максимально можливі прибутки від торгівлі. Але якщо ринки не є регульованими і покупці не можуть визначити якості продукції (наприклад, автомобілі, що були в користуванні), непорядні продавці низькоякісних товарів будуть торгувати на ринку високоякісних товарів. Практично, ринки зіплюються в єдиний ринок з однією ціною на всі автомобілі. Припустимо, що це сталося і що визначення вартості високоякісних товарів, здійснюване продавцями, перевищує середню оцінку, встановлену споживачами. Наслідки такі: продавці високоякісних автомобілів підуть із ринку, залишаючи тільки низькоякісний товар, тобто «лимони». Так, поняття «лимони» (жаргонна назва автомобілів з дефектами) стало добре відомим терміном у словнику економістів. Те, що стосується ринку автомобілів, що були в користуванні, стосується багатьох інших товарів.

У наступній статті «Кастова економіка, «перегони щурів» та інші страшні історії» Дж. Акерлоф досліджує підходи різних вчених до значення інформаційних асиметрій у широких контекстах, таких як кастова система, умови виробництва, половинна система. Наприклад, на рівні виробництва швидкість конвеєрної стрічки як показник здібностей працівника можна використовувати і як інструмент для визначення різних можливостей працівників; у випадку функціонування половинної системи, коли оренда сплачується фіксованою часткою урожаю, обсяг продукції орендаратора є показником його затрат праці на фермі. Крім розробок з асиметричної інформації, інноваторство Дж. Акерлофа полягає у поєднанні економічної теорії з соціологією та соціальною антропологією.

Наукові дослідження Майкла Спенса стосуються ринку праці та ринку освіти. В його статтях «Як досягти успіху на ринку праці» та «Як орієнтуватись на ринку» досліджено освіту як показник на ринку праці. Якщо роботодавець не може відрізнити високої та низької продуктивності праці, коли наймає нових працівників, то ринок праці скоротиться і перетвориться у ринок, де наймаються лише ті, хто має низьку продуктивність, за низьку плату. Це аналогічно до результату зворотного вибору на ринку, описаного Дж. Акерлофом, де залишаються тільки «лимони».

Припустимо, що претенденти на певну роботу можуть здобувати освіту до виходу на ринок праці. Як може роботодавець оцінювати майбутніх працівників? Хоча роботодавці не можуть безпосередньо оцінити продуктивність працівників, вони можуть дізнатися про їхній рівень освіти. Освіченість визначають за шкалою рівнів: грошовими витратами, докладеними зусиллями і часом. Як правило, претендентам здобути певний рівень освіти легше, ніж досягти високої продуктивності. З іншого боку, претенденти на роботу задовольняються мінімальним рівнем освіти. М. Спенс приходять до висновку, що замість невдачі на ринку, де високопродуктивні особи можуть залишитися за його межами, відбувається протилежне: працівники беруть участь у діяльності ринку праці та здобувають дорогу освіту лише для того, аби відрізнятись від низькопродуктивних претендентів на роботу.

М. Спенс також розглядає існування іншого явища, коли жоден претендент не здобуває освіти. Припустимо, що роботодавці не будуть сприймати освіту як ознаку продуктивності, тобто вони розраховують, що всі претенденти, незалежно від їхнього рівня освіти, мають однакову продуктивність на ринку праці. За таких умов роботодавці пропонують визначену платню всім претендентам на роботу, яких влаштовує саме така заробітна плата, оскільки вона є оптимальною для тих, хто отримав мінімальний рівень освіти.

Джозеф Стігліц аналізує ситуацію з асиметричною інформацією на страховому ринку. Аналогічно до аkerлофського покупця та спенсового роботодавця, які не знають про якість, відому продавцеві, та продуктивності претендентів на роботу, страхові компанії не можуть визначити індивідуальні ризики страхувальника. З огляду на перспективи страхової компанії, страхувальники з високою імовірністю втрат вважаються «низькоякісними», тоді як страхувальники із низькою імовірністю – «високоякісними». Аналогічно до попередніх прикладів Дж. Аkerлофа і М. Спенса, на ринку страхування наявна досконала конкуренція. Ця теорія, описана у статті Дж. Стігліца і Ротшильда «Рівновага на конкурентних страхових ринках: есе про економіку недосконалої інформації», є доповненням до попередніх робіт Дж. Аkerлофа і М. Спенса.

Дж. Стігліц і Ротшильд встановили, що рівновага може бути двох видів: об'єднання та відокремлення. За рівноваги об'єднання всі індивідууми купують однаковий страховий поліс, а у випадку відокремленої рівноваги – різні угоди. Автори показують, що їхня модель не має рівноваги об'єднання. Поясненням цьому є те, що за такої рівноваги страхова компанія може вигідно «збирати вершки» на ринку, пропонуючи натомість угоду, більш вигідну для осіб із низьким рівнем ризику, але менш вигідну для індивідуумів високого рівня ризику. Єдиною можливою рівновагою є особлива відокремлююча рівновага, де дві відмінних угоди продаються на ринку. Одну угоду купують усі особи з високим рівнем ризику, і вона забезпечує повне покриття порівняно високого страхового внеску. Другу угоду купують усі особи низького рівня ризику, і вона гарантує незначну страхову премію з лише частковим покриттям. Як результат, кожен покупець вибирає між однією угодою без ніякої франшизи та іншою – з нижчою виплатою та франшизою.

Стаття Дж. Стігліца і Ротшильда є дуже актуальною, оскільки пояснює, чому парадигмою стала їхня класифікація: рівноваги об'єднання і відокремлення є тепер нормативними концепціями в мікроекономічній теорії взагалі та в інформаційній економіці зокрема.

Дж. Стігліц зробив великий внесок у дослідження ринків з асиметричною інформацією. У своїх працях, часто у співавторстві, він доводить, що економічні моделі можуть бути зовсім неправильними, якщо в них не братимуться до уваги інформаційні асиметрії. У праці «Раціонавання кредиту на ринку з недосконалою інформацією» Дж. Стігліц і А. Вайс аналізують кредитні ринки з асиметричною інформацією. Вони показують, що для того,

щоб зменшити втрати від непогашених кредитів, оптимальним для банків буде раціонування кредитів замість підняття ставки позичкового процента, як було передбачено класичним економічним аналізом. Оскільки раціонування кредиту є загальноприйнятим, то вищенаведені думки стали важливими кроками до більш реалістичної теорії кредитного ринку.

Важливість досліджень лауреатів Нобелівської премії у 2001 р.

Аналіз ринків та інформаційних асиметрій, здійснений Дж. Акерлофом, М. Спенсом і Дж. Стігліцом, є фундаментальним для сучасної мікроекономічної теорії. Їхні дослідження дали відповідь на таке запитання: як різний розподіл інформації впливає на функціонування ринку? Цей аналіз показав слабкі місця неокласичних теорій, які відстоювали вільну конкуренцію на ринку і припускали, що всі учасники ринку мають однаковий доступ до інформації. Троє науковців здійснили революцію в економіці 30 років тому. Це дослідження є прогресивним у розумінні ринкових явищ. Крім цього, їхні моделі використовуються для того, щоб пояснити появу багатьох дослідних інститутів на протигагу негативним впливам інформаційних асиметрій.

У прес-релізі Нобелівського фонду подано таку характеристику: «Джордж Акерлоф продемонстрував, як ринок, де продавці мають більше інформації про якість, ніж покупці, може погіршитися через обмежений вибір і низьку якість продукції. Він також підкреслив, що інформаційні проблеми доволі поширені і важливі. Таким чином, вклад Дж. Акерлофа як піонера досліджень у цій галузі полягає у тому, що він показав, як з допомогою асиметричної інформованості позичальників і кредиторів можна пояснити швидкозростаючі процентні ставки на позичковий капітал на місцевих ринках країн «третього світу»; але це також стосується труднощів для людей похилого віку щодо знаходження індивідуального медичного страхування і дискримінації меншості на ринку праці. Наприклад, Дж. Акерлоф показав витіснення високоякісної продукції низькоякісною на ринку автомобілів, що були в користуванні. Це є прикладом «протилежного вибору» на ринках.

Зв'язок між високими процентними ставками на кредитних ринках та асиметричною інформацією можна постійно спостерігати в Україні, де рівень процентних ставок на кредити є набагато вищим, ніж у Європейському Союзі. Економіка зреагувала на явище асиметричної інформації розвитком консалтингових фірм та дорадчих компаній для бізнесу. Таким чином, спеціальні установи визначають якість продукції і порівнюють її з цінами. Інші компанії шукають ту ж продукцію з найнижчими цінами спеціально для клієнтів.

Головна заслуга Майкла Спенса у тому, що він визначив важливу форму регулювання ринку окремими учасниками, за якої більш інформовані

не рахуються з витратами, прагнучи поліпшити результати їх ринкової діяльності з допомогою передачі достовірної інформації менш інформованим. Цей вчений показав, коли такий зв'язок насправді діятиме. Тоді як у його дослідженнях було підкреслено, що освіта є ознакою продуктивності на ринку праці, наступні дослідження запропонували багато інших способів, тобто як фірми можуть використовувати дивіденди, щоб повідомити про свою рентабельність агентів на фондовій біржі.

В останні роки ринки праці помітно змінюються. Нині нові технології вимагають нових професій із новим змістом освіти, а деякі традиційні професії втратили своє значення. Лише для роботи в Інтернеті потрібно багато спеціалістів з новими знаннями. Крім цього, багато компаній потребують спеціалістів з інформаційно-комунікаційних технологій.

Вагомий вклад Джозефа Стігліца полягає у дослідженні протилежного типу ринкового регулювання, де менш інформовані агенти «витягують» інформацію з більш інформованих (наприклад, відбір, здійснюваний страховими компаніями, щодо поділу клієнтів на класи ризику за допомогою набору контрактів, де вищі франшизи можуть бути обміняні на значно нижчі компенсації). У своїх працях про різні ринки Дж. Стігліц приходив до висновку, що асиметрична інформація – це ключ до розуміння багатьох ринкових явищ, що спостерігаються, включаючи безробіття і раціонування кредиту».

У результаті досліджень Майкл Спенс і Джозеф Стігліц прийшли до висновку: регулювальні заходи з боку держави для захисту споживачів не є необхідними. Як приклад, ринок автомобілів, що були в користуванні. Продавці високоякісних автомобілів, що були у вжитку, дають покупцеві гарантії. Підтвердженням цього є те, що використовуваний автомобіль має високу якість. Через активне інформування високоякісна продукція може стати загальнопринятною, а низькоякісна – не знайде більше покупця.