

**Электронный периодический
рецензируемый
научный журнал**

«SCI-ARTICLE.RU»

<http://sci-article.ru>

№124 (декабрь) 2023

СОДЕРЖАНИЕ

Редколлегия	4
АШУРКОВА АЛИНА МИХАЙЛОВНА. СРАВНЕНИЕ ГИДРОПОНИКИ И ПОЧВЕННОГО МЕТОДА ВЫРАЩИВАНИЯ РЕДИСА И ШПИНАТА	12
КУЦКО ДАРЬЯ СЕРГЕЕВНА. ВЛИЯНИЕ ФОРМАЛЬНЫХ И НЕФОРМАЛЬНЫХ ИНСТИТУТОВ НА ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ	17
БРАНЦЕВИЧ АНГЕЛИНА МИРОСЛАВОВНА. ФЕНОМЕН «РЫНКА ЛИМОНОВ» ДЖ. АКЕРЛОФА ИЛИ КАК АСИММЕТРИЯ ИНФОРМАЦИИ ВЛИЯЕТ НА РЫНОК	21
ЛОБАНОВ ИГОРЬ ЕВГЕНЬЕВИЧ. РОЛЬ КОНКУРСА «ЛЕСТНИЦА НАУК» В ФОРМИРОВАНИИ ЛИЧНОСТИ МОЛОДЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ	28
БЕЛЕВИЧ АНГЕЛИНА АНАТОЛЬЕВНА. ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ	36
ФАЛЕЕВА ЕЛЕНА ЮРЬЕВНА. ФИЗИЧЕСКАЯ АКТИВНОСТЬ В ПЕРИОД ОБУЧЕНИЯ В ВУЗЕ	53
ГУРЕНДО КАРИНА АЛЕКСЕЕВНА. АНАЛИЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ «ОАО ЛИДСКИЙ ЗАВОД ЭЛЕКТРОИЗДЕЛИЙ» С ПОМОЩЬЮ МОДЕЛИ ДЮПОНА	60
БАРТОШ ЕКАТЕРИНА ЮРЬЕВНА. ОСОБЕННОСТИ РЕГУЛИРОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЫНКОВ В США	66
КИРИЁК ДМИТРИЙ ОЛЕГОВИЧ. ВЛИЯНИЕ ЦЕННОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО КОНТЕНТА НА АКТИВНОСТЬ АУДИТОРИИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ	70
ЕГОРОВА УЛЬЯНА АНДРЕЕВНА. СТРАХОВОЙ РЫНОК РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ	79
ВАНДИЧ ИРИНА СЕРГЕЕВНА. АНАЛИЗ КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ ОАО «БЕЛАГРОПРОМБАНК»	84
КСЕНЗОВА ДАРЬЯ ИГОРЕВНА. ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	88
ГЮЛЬМАМЕДОВА ШАЛАЛА АДИЛ КЫЗЫ. ИЗУЧЕНИЕ ДЕКОРАТИВНЫХ РАСТЕНИЙ В САДУ САБИР НА АПШЕРОНЕ	92
ГАФУРОВ АКРАМ ДЖУРАКУЛОВИЧ. МИКРОНУТРИЕНТНЫЙ СОСТАВ ПЛОДОВ АЙВЫ	97
САДЫГОВА КАМАЛА АРАСТУН КЫЗЫ. ВЫРАЩИВАНИЕ И ИССЛЕДОВАНИЕ НЕКОТОРЫХ МОРФОЛОГИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ИМБИРЯ ЛЕКАРСТВЕННОГО В ЛЕНКОРАНСКОМ РАЙОНЕ	100
АНИСЕНКО ЮЛИЯ СЕРГЕЕВНА. ДИАГНОСТИКА БАНКРОТСТВА ОРГАНИЗАЦИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА ПРИМЕРЕ ОАО «СЛУЦКИЙ СЫРОДЕЛЬНЫЙ КОМБИНАТ»	105
БОГУРИНА МАРИЯ ВИКТОРОВНА. ПРОЦЕСС ПРИВАТИЗАЦИИ В ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОМ ПОДХОДЕ КАК ФОРМА ТРАНСФОРМАЦИИ ОТНОШЕНИЙ СОБСТВЕННОСТИ В ЭКОНОМИКЕ	111
ШАМРИЛО ЮЛИЯ СЕРГЕЕВНА. СОСТАВ ЗАЁМНОГО КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ И ОСНОВНЫЕ ИСТОЧНИКИ ЕГО ПРИВЛЕЧЕНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ (НА ПРИМЕРЕ СООО «КОНТЕ СПА»)	115

**БЕЛЕВИЧ АНГЕЛИНА АНАТОЛЬЕВНА. ДИАГНОСТИКА БАНКРОТСТВА
ПРЕДПРИЯТИЙ И МОДЕЛИ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ВОЗМОЖНОСТИ
НАСТУПЛЕНИЯ БАНКРОТСТВА НА ОАО «БАРАНОВИЧСКИЙ КОМБИНАТ
ХЛЕБОПРОДУКТОВ».....122**

ЭКОНОМИКА

ФЕНОМЕН «РЫНКА ЛИМОНОВ» ДЖ. АКЕРЛОФА ИЛИ КАК АСИММЕТРИЯ ИНФОРМАЦИИ ВЛИЯЕТ НА РЫНОК

Бранцевич Ангелина Мирославовна
Полесский государственный университет
Студент

Зборина Ирина Михайловна, кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики и бизнеса, Полесский государственный университет

Ключевые слова: рынок лимонов; асимметрия; оппортунизм; контрафактная продукция; некачественная продукция; страховой рынок; рынок труда

Keywords: lemon market; asymmetry; opportunism; counterfeit products; low-quality products; insurance market; labor market

Аннотация: Рассмотрены ключевые проблемы, связанные с наличием неблагоприятного отбора на современных отраслевых рынках: причины возникновения такого отбора, его последствия, возможности и механизмы управления данной ситуацией, а также преодоления этого неблагоприятного отбора.

Abstract: The key problems associated with the presence of unfavorable selection in modern industry markets are considered: the causes of such selection, its consequences, opportunities and mechanisms for managing this situation, as well as overcoming this unfavorable selection.

УДК 330.8

Введение. Феномен "рынка лимонов", предложенный Дж. Акерлофом, является классическим примером того, как асимметрия информации способна повлиять на рыночные отношения. В данной статье будет рассмотрено как несбалансированность в доступе к информации между продавцами и покупателями может привести к негативным последствиям для всех участников рынка и какие механизмы могут быть использованы для преодоления данной проблемы.

Актуальность. Изучение феномена "рынка лимонов" и асимметрии информации в целом является актуальным в современном мире, так как асимметрия информации может привести к неэффективным решениям на рынке, нерациональным выборам потребителей, а также создать неравные условия конкуренции для участников рынка. Изучение этой проблемы позволяет разрабатывать механизмы для улучшения доступа к информации, повышения прозрачности рынка и защиты интересов потребителей и продавцов.

Таким образом, изучение асимметрии информации и ее влияния на рыночные отношения является актуальной темой, которая требует постоянного внимания и разработки новых подходов для ее решения.

Целью исследования является изучение феномена "рынка лимонов" и асимметрии информации в различных сферах экономики, а также разработка механизмов для улучшения доступа к информации, повышения прозрачности рынка и защиты интересов потребителей и продавцов.

Научная новизна данного исследования заключается в том, что оно направлено на изучение феномена "рынка лимонов" в различных сферах экономики, а также предполагает разработку новых механизмов для улучшения доступа к информации, повышения прозрачности рынка и защиты интересов потребителей и продавцов.

Современные рынки характеризуются нарастающей нестабильностью, неопределённостью и дисбалансом. Как следствие, взаимодействие между поставщиками и потребителями может привести к неблагоприятной ситуации отбора, возникающей из-за неравенства участников к доступу информации. Подобное явление способно неблагоприятно сказаться на рыночном равновесии. В некоторых случаях влияние асимметрии информации может быть незначительным, но в других оно может иметь серьезные последствия для участников рынка.

Данная ситуация подробно рассматривается в институциональной экономике американским экономистом Дж. Акерлофом. Его научная работа «Рынок лимонов: неуверенность в качестве и механизм рынка» («The Market for Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism»), предложенная в 1970 году, является одним из наиболее известных примеров асимметрии информации на рынке. Эта концепция показывает, как недостаток информации может привести к дисбалансу между продавцами и покупателями, что в итоге приводит к снижению качества товаров и услуг на рынке [1, с.103].

Для иллюстрации своей теории, Джордж Акерлоф взял за основу рынок подержанных автомобилей в США. Пользуясь данными о продажах в различных

штатах, он продемонстрировал, как неравенство информации (или асимметрия информации) может повлиять на рыночные процессы [2].

Выделяют следующие условия формирования «рынка лимонов».

- Дисбаланс информации (покупатели не могут определить стоимость товара, до покупки, хотя продавцы имеют все данные).
- Смещенная приоритеты (у продавца есть стимул выдавать свой некачественный товар за высококачественный).
- Отсутствие механизма раскрытия подлинной информации о товаре (продавцы хороших машин не могут доказать, что их товар — качественный).
- Средний уровень качества предлагаемых товаров является низким; разные продавцы предлагают множество похожего товара, но в основном низкого качества).
- Отсутствие гарантии (отсутствуют такие механизмы контроля качества как репутация продавца, гарантия на товар, стандарты качества и т.п.) [2].

Необходимо отметить, что данная модель не является сугубо теоретической — в истории есть примеры развития событий по данному сценарию.

Один из наиболее наглядных примеров этой теории – финансовый кризис 2007-2012 годов. В этот период банки стремились избавиться от своих токсичных залоговых активов, но покупатели не могли определить их качество. Это привело к постоянному падению цен и оставлению на рынке все более токсичных активов, так как никто не хотел приобретать более приемлемые предложения из-за ожидания более низкой средней стоимости [2].

К рынкам «лимонов» следует относить все рынки, на которых присутствуют контрафактные товары. К таким рынкам относят рынки алкогольной, табачной продукции, продовольственных товаров, изделий лёгкой промышленности, парфюмерно – косметической продукции, бытовой химии и средств личной гигиены и ухода за собой. Реализация подобных товаров на данных рынках может происходить как в специальных точках (подвалы, гаражи и т.п.), так и в магазинах, где одновременно с ними продаётся фирменная продукция. В первом случае потребитель надеется приобрести товар, не являющийся лимоном и получить существенную экономическую выгоду. Причем приобретение подобного вида товаров происходит осознанно. Во втором случае потребитель не предполагает, что может приобрести «лимон», однако подобные ситуации происходят по причине халатного отношения некоторых магазинов к выполнению своих обязанностей по заключению договоров с поставщиками и с изготовителями продукции [3].

За 2022 в Республике Беларусь выявлено 49 295 единиц контрафактной продукции, что составляет примерно 39% от уровня 2021 года (127 004) (Рисунок 1).

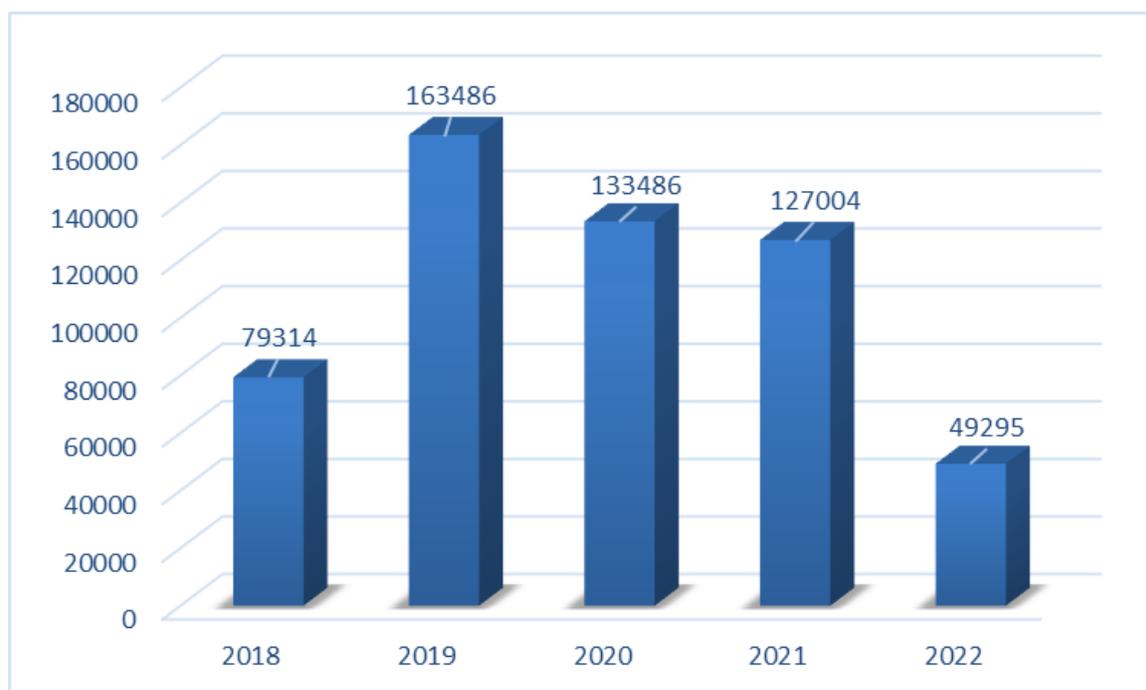


Рисунок 1 – Количество выявленных контрафактных товаров в Республике Беларусь с 2018 по 2022 год, ед. Источник: [4]

Среди выявленных контрафактных товаров подавляющее количество (около 88%) занимают категории, относящиеся к эксплуатации автомобилей (автомобильные запчасти, автоаксессуары, ГСМ). Около 9% выявленных контрафактных товаров составила бытовая техника и электроника. На третьем месте – одежда и обувь (2,1%). Основными странами ввоза контрафакта являются Корея (76%), Германия (2%) и Япония (1,6).

Существование подобных рынков может привести к различным отрицательным последствиям. Самым опасным последствием является тот факт, что потребление подобных товаров способно принести вред здоровью потребителей. Что касается экономических последствий, то одним из них является ущерб, причиняемый производителями контрафактной продукции предприятиям, изготавливающим оригинальные товары. В данном случае происходит процесс замещения качественных товаров некачественными, что несёт в себе вред для производителей оригинальной продукции. Также стоит отметить, что изготовление и реализация контрафакта является частью экономической преступности и элементом теневой экономики, что в свою очередь несёт угрозу для экономической безопасности страны.

Также в качестве изученных примеров «рынка лимонов» могут служить рынки страхования и рынок труда.

На рынке труда асимметрия информации имеет ряд особенностей. Зачастую в качестве стороны, обделенной информацией, рассматривается работодатель. Однако анализ показывает, что асимметрия на данном рынке имеет двусторонний характер. Следовательно, негативные последствия затрагивают как работодателя, так и наемного рабочего [5, с.204].

Каждый человек, который ищет работу, имеет более точное представление о своих профессиональных навыках, физических и интеллектуальных способностях. Однако при поиске работы он может скрывать некоторые непривлекательные факты о себе, чтобы привлечь внимание работодателя. С другой стороны, работодатель может иметь стереотипное представление о типичных работниках в данной категории и заранее знать только основные характеристики соискателя, такие как пол, возраст и образование.

На рынке страхования агентами являются как страховщики, так и страхователи, и неопределенность играет важную роль при заключении договоров между ними. Из-за того, что страховые компании не всегда могут оценить степень риска у клиентов, поэтому они часто устанавливают фиксированный размер страхового взноса для всех. Это может привести к переплате за риск для клиентов с меньшей степенью риска. Если бы экономические агенты имели одинаковую информацию о риске, такой ситуации не возникло бы. В результате это может привести к неэффективной работе рынка страхования и распределению ресурсов. Например, при наличии страховки клиент может быть склонен к большему риску, что увеличит расходы страховой компании и размер страхового взноса для всех клиентов. Таким образом, при асимметрии информации рынок страхования может функционировать неэффективно [5].

Таким образом, рынок страхования является примером рынка с асимметричной информацией, где одна сторона (страховые компании) обладает большим объемом информации, чем другая сторона (клиенты), что может привести к неравным условиям при заключении договоров страхования.

В целях борьбы с контрафактной продукцией необходимо активизировать и осуществлять на постоянной основе просветительскую и разъяснительную работу с представителями бизнеса в целях их вовлечения в процесс борьбы с оборотом контрафакта и другими нарушениями прав интеллектуальной собственности. Наряду с недостаточной активностью правообладателей ситуацию ухудшает снижение количества рейдов и операций по выявлению каналов и точек реализации контрафактной продукции, проводимых правоохранительными органами [4, с.12].

Проблему асимметрии информации на рынке труда предполагается решать следующим образом. Поиск вакансий может быть осуществлен соискателем самостоятельно или через посредников на рынке труда, таких как агентства и консультанты. Для получения информации о состоянии внутреннего рынка труда конкретного работодателя могут использоваться официальные сайты компаний, специализированные ресурсы, форумы, базы данных и даже черные списки работодателей [7, с.71].

Соискатели вакансий также могут отслеживать новостные и другие интернет-страницы, где упоминается работодатель. Источником информации может быть "общее знание" или имидж компании, который сформировался в обществе. Этот имидж может быть как положительным, так и отрицательным для компании [7, с.71].

В арсенале работодателя есть различные инструменты для оценки соискателей, такие как анализ их резюме. Этот метод относительно недорогой и не требует высокой квалификации персонала для его оценки. Однако информация в резюме

может быть недостоверной, поэтому работодателю необходимо провести проверку [7, с.72 – 23].

Еще одним важным инструментом являются рекомендации и характеристики соискателя с предыдущих мест работы или учебы. Опрос показал, что практически все работодатели обращают внимание на рекомендации соискателей, и примерно одинаковое количество работодателей склонны доверять этим рекомендациям и не доверять им. Это говорит о том, что работодатели стремятся проверить полученную информацию перед принятием решения о найме [6, с.72 – 23].

Для предотвращения асимметрии информации на рынке страхования, предлагаются следующие методы.

1. Заполнение страхователем заявления (или специальной анкеты) о страховании, в которой необходимо предоставить всю доступную информацию об объекте страхования. Это включает в себя техническое состояние объекта, его реальную стоимость, потенциальные факторы риска, состояние здоровья (для медицинского страхования), финансовое положение (для страхования ответственности), информацию о предыдущих страховых случаях и размеры убытков. Объем информации может меняться в зависимости от типа страхования и сложности объекта. Чтобы избежать предоставления ложной информации, в конце заявления страховщиком приводится пункт о том, что страхователь подтверждает правдивость и полноту предоставленной информации и предупрежден о возможных последствиях при выявлении недостоверных сведений.
2. В рамках договора страхования ответственности страхователь обязан предоставить достоверную информацию об объекте страхования, а также о любых изменениях, которые могут повлиять на риск. В случае предоставления заведомо ложной информации или умолчания о существенных фактах страховщик имеет право применить санкции, предусмотренные договором. Договор страхования также содержит ограничения и исключения из страхования, перечень страховых случаев, процедуру и сроки выплаты, а также ответственность страхователя за ненадлежащее обращение с объектом страхования в случае наступления страхового случая.
3. В рамках договора страхования определяется размер страхового покрытия, величина страховой суммы, лимиты ответственности в целом и по отдельному случаю, система страхового обеспечения и другие условия. Проводится осмотр объекта страхования (при страховании имущества) или медицинский осмотр в установленных страховщиком медицинских учреждениях (при страховании жизни или здоровья). Также осуществляется физический контроль за выполнением рекомендаций по уменьшению риска, выезд на место наступления страхового случая для осмотра поврежденного объекта и выяснения причин его возникновения силами сотрудников страховщика или независимых экспертов.

Однако, стоит отметить, что асимметрия информации приводит к неблагоприятному отбору почти на всех рынках. Можно также привести следующие примеры.

1) Фармацевтический рынок. На фармацевтическом рынке некоторые «клиницисты» обладают монополией на принятие решения о назначении лекарств и информации,

сообщаемой пациентам, что составляет основу медицинского диагноза и прописывания лекарств.

2) Интернет предоставляет покупателям надежные инструменты поиска, позволяющие получить большой объем информации. Следовательно, покупатель, как правило, ошеломлен обилием вариантов, усложняющее принятие решения о покупке и проблема заключается в недоступности качественной информации, что увеличивает неопределенность качества.

3) Система образования, основанная на значительной плате за обучение, может создать информационный дисбаланс между бедными и богатыми. Инструменты, которые можно использовать для уменьшения информационной асимметрии между участниками рынка это гарантии на товары и услуги:

- создание платформы для объявления информации в режиме реального времени в соответствии со сбором информации для достижения прозрачности рынка, тем самым устранив торговые проблемы;

- улучшение качества обслуживания клиентов с помощью сторонних проверок качества товара;

- обеспечение качества в виде стандартов и сертификатов. Торговые марки, сети и франчайзинги гарантирующие покупателю пороговый уровень качества.

Таким образом, в заключение необходимо отметить, что существование «рынка лимонов» может оказать пагубное воздействие на функционирование рынков в целом. Результатом может стать вытеснение качественных товаров некачественными, или, как приведено выше, вытеснение плохими кадрами хороших кадров с рынка труда. Однако существуют различные методы, которые способны минимизировать присутствие данного феномена.

Литература:

1. Ошнянская С. А. Неблагоприятный отбор на рынке труда / С. А. Ошнянская // Современное научное знание: теория, методология, практика : Сборник научных трудов по материалам XI Международной научно-практической конференции, Смоленск, 30 декабря 2019 года. – Смоленск: Международный научно-информационный центр "Наукофера", 2019. – С. 103-105.
2. Рынок лимонов на ICO или как мошенники могут погубить индустрию [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://medium.com/@andrii.ryzhenko/рынок-лимонов-на-ico-или-как-мошенники-могут-погубить-индустрию-ч1-50269b3a5719>. – Дата доступа: 26.10.2023.
3. Комбаров М. А. Проявления рынка "лимонов" в современной России и способы борьбы с ним / М. А. Комбаров // Human Progress. – 2020. – Т. 6, № 3.
4. Отчет о состоянии правоприменительной практики в сфере защиты прав на объекты интеллектуальной собственности в Евразийском экономическом союзе за 2022 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://eec.eaeunion.org/upload/medialibrary/6dc/Otchet-PPP-za-2022-god.pdf>. – Дата доступа: 15.11.2023.
5. Бизнес. Инновации. Экономика: материалы науч.-практ. конф. студентов и молодых ученых Ин-та бизнеса БГУ, Минск, 19 апр. 2019 г. [Электронный ресурс] / Бел. гос. ун-т, Ин-т бизнеса БГУ. - Минск : Институт бизнеса БГУ. - С. 203-207

6. Кирюшкина А. Н. Проблема асимметрии информации на рынке страхования / А. Н. Кирюшкина, О. Е. Медведева // Молодой ученый. – 2014. – № 19. – С. 306-307.
7. Ляшенко И. Ю. Преодоление предконтрактной асимметрии информации на рынке труда / И. Ю. Ляшенко // Современная экономика: проблемы и решения. – 2014. – № 8(56). – С. 70-75.