

**EFECTELE ASIMETRIEI
INFORMAȚIONALE ÎN
ECONOMIA ROMÂNIEI**

BASARAB GOGONEAȚĂ

**EFECTELE ASIMETRIEI
INFORMAȚIONALE ÎN
ECONOMIA ROMÂNIEI**



EDITURA UNIVERSITARĂ
București, 2013

Referenți științifici: Prof. Univ. Dr. Mariana Iovițu, membru al Departamentului de
Economie și Politici Economice din cadrul ASE București
Prof. Univ. Dr. Monica Dudian, membru al Departamentului de
Economie și Politici Economice din cadrul ASE București

Tehnoredactor: Ameluța Vișan

Redactor: Gheorghe Iovan

Coperta: Angelica Mălăescu

Editură recunoscută de Consiliul Național al Cercetării Științifice (C.N.C.S.)

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

GOGONEAȚĂ, BASARAB

Efectele asimetriei informaționale în economia României /

Basarab Gogoneață. - București : Editura Universitară, 2013

ISBN 978-606-591-683-8

366.6

339.178.3/.5

DOI: (Digital Object Identifier): 10.5682/9786065916838

© Toate drepturile asupra acestei lucrări sunt rezervate, nicio parte din
această lucrare nu poate fi copiată fără acordul Editurii Universitare

Copyright © 2013

Editura Universitară

Director: Vasile Muscalu

B-dul. N. Bălcescu nr. 27-33, Sector 1, București

Tel.: 021 – 315.32.47 / 319.67.27

www.editurauniversitara.ro

e-mail: redactia@editurauniversitara.ro

Distribuție: tel.: 021-315.32.47 / 319.67.27 / 0744 EDITOR / 07217 CARTE

comenzi@editurauniversitara.ro

O.P. 15, C.P. 35, București

www.editurauniversitara.ro

Cuprins

| | |
|--|----|
| Introducere | 7 |
| Capitolul 1. Modelul mandant (<i>principal</i>) – mandatar (<i>agent</i>) în studiul asimetriei informaționale | 12 |
| 1.1. Conceptul de asimetrie informațională | 12 |
| 1.2. Cadrul de defnire a conceptelor cheie utilizate în studiul asimetriei informaționale | 14 |
| Capitolul 2. Hazardul moral | 22 |
| 2.1. Modelarea situațiilor cu hazard moral | 22 |
| 2.2. Inflația galopantă din România în perioada 1991-2004 și prevederile din statutul BNR | 26 |
| Capitolul 3. Selecția adversă | 36 |
| 3.1. Bazele modelării situațiilor de selecție adversă..... | 36 |
| 3.2. Selecția adversă pe piața asigurărilor din România | 38 |
| 3.3. Echilibrul piețelor cu informație asimetrică: modelul „lămâilor” | 44 |
| 3.3.1. Modelul lui Akerlof..... | 44 |
| 3.3.2. Modelul lui Wilson..... | 45 |
| 3.4. Selecția adversă pe piața locuințelor din România | 48 |
| 3.4.1. Evoluția echilibrului pieței înainte și după boom | 48 |
| 3.4.2. Analiza pieței locuințelor din mediul urban din România pe baza modelului lui Wilson | 53 |
| 3.4.3. Efectele programului „Prima Casă” | 59 |

| | |
|--|-----|
| Capitolul 4. Semnalizarea | 67 |
| 4.1. Elemente fundamentale în teoria semnalizării | 67 |
| 4.2. Semnalizarea prin intermediul diplomei de studii superioare în România | 71 |
| 4.2.1. Semnalizarea pe piața muncii pentru absolvenții de învățământ superior | 71 |
| 4.2.2. Situația învățământului superior din România .. | 76 |
| 4.3. Semnalizarea pe piața muncii din România cu ajutorul programului ERASMUS | 82 |
| 4.4. Semnalizarea și migrația internațională a forței de muncă | 92 |
| | |
| Concluzii | 99 |
| | |
| Bibliografie | 105 |

Introducere

Informația a devenit în prezent un factor economic extrem de valoros. Toate deciziile de alocare a resurselor se bazează pe previziuni și așteptări ce necesită un flux informațional rapid și de calitate. Informația însă se câștigă greu și se distribuie neuniform. Tocmai această caracteristică a distribuirii asimetrice a informației stă la baza unui vast număr de fenomene economice. În absența unui cadru formal de analiză a asimetriei informaționale, efectele acesteia pot fi cu ușurință confundate și interpretate greșit. De exemplu, putem observa funcționarea neperformantă a unei piețe. Căutând explicații, putem acuza cumpărătorii de pretenții excesive, vânzătorii de un comportament speculativ sau pur și simplu prețurile de o rigiditate anormală. De fapt, lipsa lichidității pieței s-ar putea datora unei distribuții asimetrice a informației ce-i face pe cumpărători excesiv de prudenți iar pe unii vânzători îi determină să părăsească piața pe fondul frustrării induse de comportamentul cumpărătorilor.

Dezvoltarea unei economii este inevitabil însoțită de extinderea și perfecționarea circuitelor informaționale prin creșterea gradului de transparență și de standardizare. Este inutil să discutăm dacă reducerea asimetriei informaționale susține dezvoltarea economică sau vice-versa pentru că ele merg de fapt mână în mână. Cel mai important lucru este diagnosticarea corectă

a problemelor pe care asimetria informațională le poate genera în economie pentru a nu aplica tratamente greșite.

În orice economie poate fi descoperit un număr uriaș de situații afectate de asimetria informațională. Economia României nu face excepție. Ar fi imposibil de tratat exhaustiv chiar și o mică parte a acestora. Acest lucru nu a reprezentat niciodată intenția acestei lucrări ce își propune să analizeze doar câteva exemple, punând în prim plan explicarea conceptelor teoretice. Trăsătura comună exemplilor selectate este importanța lor mare pentru economie și relevanța pentru înțelegerea efectelor asimetriei informaționale.

Primul capitol introduce elementele structurale ale modelelor de analiză a asimetriei informaționale. Limbajul anglo-saxon a consacrat modelele bazate pe doi jucători, unul fiind *Principal* iar celălalt *Agent*. Primul este cel care delegă celui de-al doilea efectuarea unor activități economice în condiții de asimetrie informațională. Pentru a evita orice confuzie, în acest capitol este discutată pe larg cea mai potrivită traducere în limba română, cea de Mandant și Mandatar. Originea juridică a acestor termeni poate impune restricții, de aceea se oferă și o discuție amplă a diferențelor dintre abordarea juridică și cea economică. Lămurirea acestei diferențieri terminologice permite folosirea celor doi termeni în toate capitolele ulterioare ce vizează modelarea concretă a unor situații de manifestare a efectelor asimetriei informaționale în economia României.

Al doilea capitol este dedicat hazardului moral. În limba engleză termenul este *moral hazard*, ceea ce complică traducerea în limba română, deoarece poate fi folosit atât termenul de risc, cât și cel de hazard. Hazardul chiar dacă este mai rar folosit în vorbirea curentă este legat de jocurile de noroc și de atitudinea de asumare a riscului (hazardare) ceea ce se apropie foarte mult de esența comportamentului de *moral hazard*. Nici conceptul de *risc moral* nu este greșit pentru că reflectă tot o primejdie cauzată de asimetria informațională. Hazardul moral apare atunci când sub protecția unui avantaj informațional acțiunile unui subiect economic devin mai riscante și/sau mai puțin etice. Un exemplu mult discutat pe plan internațional este cel al managerilor din sectorul bancar ce au creditat agresiv sectoare neperformante ale economiei mondiale, anticipând că nu vor răspunde personal pentru pierderi. Pentru România am ales drept reprezentativă decizia de folosire a emisiunii monetare pentru finanțarea deficitului bugetar în perioada 1990-2004. Puterile politice din perioada respectivă s-au simțit protejate de nemulțumirea populației deoarece inflația este un fenomen complex și cauzele ei monetare pot fi relativ ușor disimulate.

Cel de-al treilea capitol tratează selecția adversă ce apare atunci când alegerile sunt afectate de asimetria informațională. Selecția se întoarce împotriva celui ce o realizează, deoarece decidentul nu deține toate informațiile necesare. Într-un caz extrem, alegerea devine aproape imposibilă deoarece asimetria informațională afectează atât decidentul ce selectează, cât și

subiectele economice supuse selecției, având loc un proces de înrăutățire a calității lor, deoarece opacitatea atrage elementele negative. Selecția adversă afectează profund echilibrul piețelor. Vom vedea cum sectorul asigurărilor facultative pentru autoturisme din România traversează o perioadă foarte grea și trebuie să-și îmbunătățească în primul rând nu forța de vânzări ci capacitatea de a stabili un profil de risc mai precis al clienților. Tot în acest capitol, exemplul legat de echilibrul pieței locuințelor din mediul urban propune o explicație bazată pe asimetria informațională pentru ritmul rapid de creștere a prețurilor din perioada de boom 2005-2008. Selecția adversă s-a putut manifesta ca un efect de halo pentru cumpărătorii ce au perceput prețurile mari ale apartamentelor noi drept un indicator al calității lor.

Semnalizarea este un fenomen ce apare în condiții de asimetrie informațională și poate contribui la o mai bună funcționare a activității economice. Subiectul cu un avantaj informațional ia anumite decizii ce devin un semnal pentru alți participanți, în scopul facilitării încheierii unui contract. Educația și migrația internațională, două teme de mare actualitate în România sunt analizate pentru înțelegerea efectelor asimetriei informaționale. Scăderea calității medii a studiilor universitare din România reduce nivelul de pregătire mediu al specialiștilor dar le înrăutățește șansele de angajare și acelor absolvenți ce învață foarte bine, deoarece angajatorii își pierd încrederea în toate diplomele.

Efectele asimetriei informaționale în economia României sunt ample și nu pot fi eliminate. Dacă însă le vom înțelege logica și domeniul de acțiune vom putea lua măsuri eficace de atenuare a lor.

Capitolul 1

Modelul mandant (*principal*) – mandatar (*agent*) în studiul asimetriei informaționale

1.1. Conceptul de asimetrie informațională

Asimetria informațională pare a fi ușor de înțeles ca o distribuție inegală a informației între participanții la activitatea economică. Deși nu este greșită la nivel de principiu, explicația de mai sus este superficială deoarece nu include detalii esențiale privind informația implicată. Putem analiza cazuri distincte în funcție de cantitatea, calitatea și utilitatea informației. Apoi trebuie avut în vedere modul și momentul de dobândire a acesteia. Nu în ultimul rând, subiecții economici pot lua măsuri voluntare de reducere a asimetriei informaționale, iar consecințele acesteia pot fi diferite în funcție de mecanismele diferite de interacțiune. Pentru a putea lucra într-un mediu atât de complex este necesară structurarea conceptelor implicate și studierea lor distinctă.

În cadrul acestui capitol ne vom concentra atenția asupra trei concepte esențiale pentru înțelegerea efectelor asimetriei informaționale, ele urmând a fi analizate pe larg în capitolele următoare. Este vorba de hazardul moral, selecția adversă și semnalizarea. Primele două concepte privesc situații marcate de efecte negative ale asimetriei informaționale, iar cea de-a treia

poate funcționa ca o cale de atenuare a distribuției neomogene informaționale.

Hazardul moral pornește de la premiza unui comportament neadecvat al uneia dintre părți ce nu dă dovadă de suficientă moralitate, neîndeplinindu-și anumite obligații cu diligența necesară. Acest comportament este posibil tocmai datorită asimetriei informaționale, ce împiedică cealaltă parte să observe, să evalueze și să sancționeze acțiunile nepotrivite ale partenerului.

Selecția adversă apare atunci când are loc un proces de alegere a unei variante de colaborare. Nu toate variantele vor fi la fel, unele fiind mai avantajoase iar altele potențial generatoare de pierderi. Selecția variantelor cu rezultate pozitive depinde bineînțeles de posibilitatea de a le evalua corect calitățile, adică de a cunoaște un set informațional specific lor. Din cauza asimetriei informaționale poate apărea un efect pervers de alegere predominantă a variantelor nedorite sau chiar de blocare a însuși procesului de alegere și implicit a activității economice respective.

Semnalizarea funcționează prin revelarea intenționată de către una din părți a unor mesaje cu semnificație stabilită în scopul de a determina cealaltă parte să adopte o anumită conduită. Semnalizarea poate fi uneori utilă dar poate contribui și la distorsionarea echilibrului economic atunci când este utilizată cu rea-credință.

1.2. Cadrul de definire a conceptelor cheie utilizate în studiul asimetriei informaționale

În literatura de specialitate, asimetria informațională a fost studiată pornind de la ipoteza unei relații contractuale de reprezentare între părțile implicate. În limba engleză una dintre părți este denumită *principal* iar cealaltă *agent*. O problemă importantă apare prin intersectarea în acest punct a două universuri științifice: universul juridic și cel economic. Din punct de vedere juridic, cele două părți sunt legate printr-un contract de mandat, ce poate avea anumite forme speciale. Din perspectiva economică, noțiunile au o aplicabilitate mult generalizată, o relație de tip *agent-principal* fiind considerată chiar și contractul individual de muncă sau contractul de asigurare, noțiuni ce sunt reglementate distinct. Ceea ce le leagă este principiul răsfrângerii efectelor acțiunilor reprezentantului asupra patrimoniului reprezentatului. Ceea ce desparte însă cele două viziuni este diferența dintre abordarea juridică de definire extrem de clară a particularităților raporturilor juridice, mai precis, a conținutului și efectelor acestora și cea economică. Aceasta din urmă caută extragerea legilor și principiilor generale, obiectivul central fiind de a asigura repartiția și utilizarea optimă a resurselor economice și nu acela de a stabili ce parte și-a respectat sau nu obligațiile.

De exemplu, cercetarea legală se termină în momentul în care putem stabili cu certitudine dacă un asigurat și-a respectat sau nu

obligațiile contractuale. Cercetarea economică este preocupată însă nu de cazul particular respectiv, ci de faptul că un comportament imprudent al unui număr mare de asigurați va duce la creșterea primelor de asigurare impunând un cost suplimentar și în sarcina asiguraților prudenți. Am asista în acest caz la o risipă pentru că activitatea economică va fi privată de niște resurse ce ar fi putut avea o altă utilizare. În loc să plătească asigurarea mai scumpă, asigurații ar fi achiziționat bunuri și servicii contribuind la creșterea economică.

În legislația actuală, la art. 2009 din Codul Civil mandatul este definit ca fiind „contractul prin care o parte, numită mandatar, se obligă să încheie unul sau mai multe acte juridice pe seama celeilalte părți, numită mandant”. Caracterul special pe plan informațional este recunoscut și de doctrina juridică prin aprecierea contractului de mandat ca fiind unul *intuitu personae*, adică în considerarea specială acordată persoanei mandatarului, acesta bucurându-se de încrederea mandantului. Acest caracter face de exemplu ca mandatul să înceteze odată cu moartea mandatarului, deoarece o transmitere necondiționată către o altă persoană ar pune mandantul în situația de a suferi consecințe ale acțiunilor unei persoane ce poate nu se bucură de încrederea sa. Observăm cum asimetria informațională dintre cele două părți pare a fi controlată prin conceptul de „încredere”. Ferreol (1998, p.47) definește credința ca „enunțuri sau judecăți pe care actorii sociali le consideră adevărate, fie că aceste propoziții sunt demonstrabile, fie că nu”.

Mai departe se arată că o credință „poate fi înțeleasă și analizată ca răspuns la situații de interacțiune”. Vedem astfel *încrederea* acordată mandantului tocmai ca rezultând din interacțiunea anterioară cu acesta și garantând viitoarea legătură ce se formează prin încheierea contractului de mandat. Dată fiind asimetria informațională dintre cele două părți, mandantul își va asuma riscul folosirii serviciilor mandatarului bazându-se pe o judecată intuitivă.

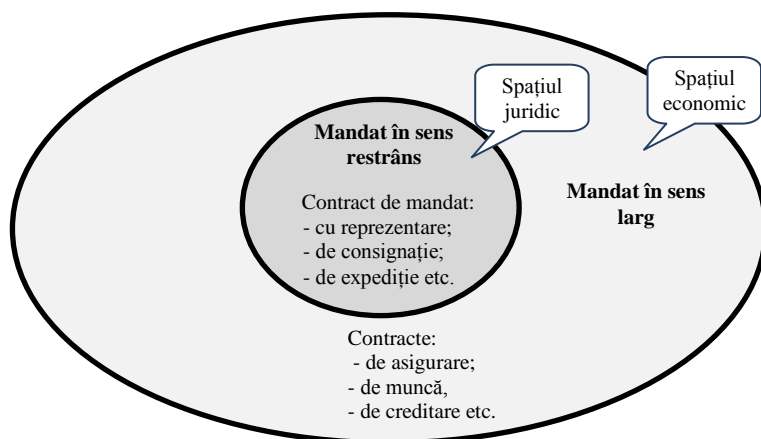


Figura 1.1

Sensul relației de mandat în spațiul juridic și cel economic

Suportarea efectelor acțiunilor unei părți de către o altă parte reprezintă de fapt o situație ce excede cu mult sfera contractului de mandat din legislație și doctrina juridică. Contractul de mandat este însă cel mai apropiat de sensul economic al noțiunilor de *principal* și *agent*. De aceea, pe parcursul acestei lucrări vom folosi termenii

juridici de mandant și mandatar, reținând însă că ne referim la sensul lor larg, economic fără o legătură precisă cu legislația și doctrina juridică. Bineînțeles că multe dintre concluziile pe care le vom obține se pot bucura și de aplicabilitate în sfera juridică, putând fi chiar eventual folosite la rezolvarea unor spețe. Figura 1.1. arată legătura dintre sfera juridică și cea economică.

Trebuie menționat că legislația românească reglementează contractul de mandat în diferite variante, diferențele dintre ele putând fi explicate și prin conceptul de asimetrie informațională. Astfel, în limbajul juridic se distinge între „mandatul cu reprezentare” și „mandatul fără reprezentare”. Conform lui Moțiu (2011, p. 231), „particularitatea reprezentării este de a transfera efectele actului juridic încheiat, direct și imediat asupra persoanei reprezentatului, în timp ce reprezentantul dispare odată cu îndeplinirea misiunii sale”. De aceea la mandatul cu reprezentare, reprezentantul acționează **în numele și pe seama** reprezentatului, în timp ce la mandatul fără reprezentare, mandatarul acționează **în nume propriu** și doar pe seama mandatarului. Se observă că mandatul fără reprezentare antrenează mai multe consecințe pentru mandatar, acesta urmând astfel să suporte unele efecte ale acțiunilor întreprinse. Un exemplu de mandat cu reprezentare este cel în care A îl împuternicește pe B să-i cumpere un bun de la C. La momentul încheierii tranzacției, B și C se vor întâlni pentru predarea bunului și plata prețului. C va ști că de fapt îi vinde lui A, iar B se află doar ca înlocuitor. Autonomia lui B de a acționa trebuie să fie cât

mai precis definită prin contractul de mandat, asimetria informațională dintre A și B fiind corelată cu precizia clauzelor din contract. Trebuie însă avută în vedere și a doua asimetrie informațională și anume cea dintre A și C.

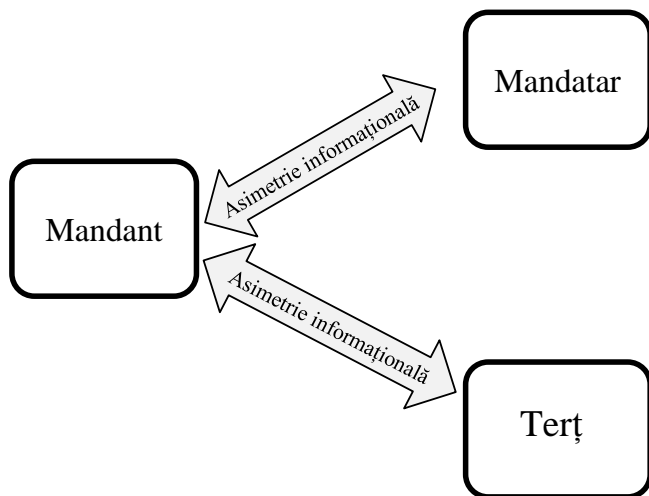


Figura 1.2.

Asimetria informațională în cazul mandatului cu reprezentare

În Figura 1.2. se observă cum în cazul mandatului cu reprezentare, asimetria informațională apare atât între mandant și mandatar, cât și între mandant și terțul cu care urmează să se încheie contractul. Asimetria informațională dintre mandatar și terț este irelevantă în acest caz deoarece terțul știe că va contracta cu mandantul iar efectele contractului se vor răsfrânge asupra acestuia din urmă și nu asupra mandatarului.

În cazul contractului de mandat fără reprezentare lucrurile stau diferit. Un exemplu în acest sens este reprezentat de contractul de expediție reglementat în Codul Civil la art. 2064. Acolo se prevede că este vorba de actul juridic prin care expeditorul se obligă să încheie, în nume propriu și în contul comitentului (denumirea mandantului în acest contract), un contract de transport alături de realizarea altor acțiuni accesorii transportului, cum ar fi operațiunile de vămuire etc. Se pune întrebarea de ce expeditorul încheie contractul de transport în nume propriu și nu în numele comitentului? Un răspuns poate fi găsit în specificul operațiunilor de transport ce se desfășoară cu rapiditate, încărcarea, descărcarea mărfurilor și plățile trebuind să fie mereu foarte prompte. De aceea, transportatorii preferă să lucreze cu parteneri vechi de afaceri ce în trecut au demonstrat seriozitate. Confrunțați cu clienți noi, necunoscuți, transportatorii vor include în prețuri o primă de risc pe care nu ar fi solicitat-o de la clienți cu un istoric pozitiv. Casele de expediție nu fac decât să se constituie ca o contrapartidă de mai mare încredere pentru transportatori. Prețurile mai bune pe care acestea le pot obține și experiența în domeniu justifică apelarea la serviciile lor de intermediere.

Figura 1.3. oferă o reprezentare a relațiilor afectate de asimetrie informațională în cazul mandatului fără reprezentare. Acum mandatarul acționează în nume propriu, ceea ce impune o responsabilitate asupra sa. Dacă va face greșeli, terțul își va schimba în viitor conduita față de el.

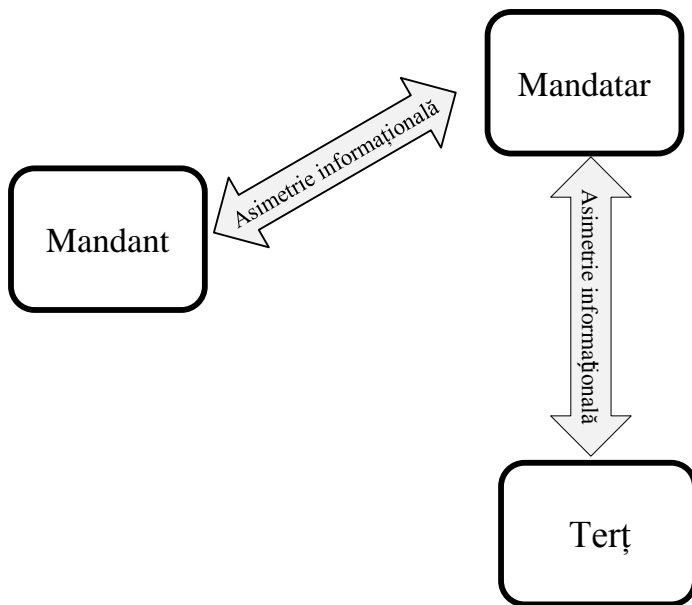


Figura 1.3.

Asimetria informațională în cazul mandatului fără reprezentare

Alte exemple de contracte de mandat fără reprezentare sunt contractul de consignație și cel de comision. În toate cazurile, mandatarul are nevoie de cunoștințe de specialitate pentru a desfășura o activitate complexă. Se poate observa astfel ușor de ce preia el relația cu terțul, ce este afectată de asimetrie informațională. Pentru că el este mai bine pregătit să-i facă față. Prin valorificarea cunoștințelor și informațiilor de care dispune, mandatarul îi procură un beneficiu mandantului și urmează a fi remunerat pentru acesta.