

Информационная асимметрия (Information asymmetry)

Под информационной асимметрией понимают ситуацию на рынке, при которой определенные важные сведения доступны только некоторым, а не всем его участникам. Это означает, что в условиях, когда лица, совершающие сделку, не в равной степени обладают информацией об объекте, то тот, кто владеет большей ее частью, оказывается в более выгодном положении.

В большинстве случаев продавец знает больше о товаре, чем покупатель. Например, продавец автомобилей определенной модели знает об их недостатках больше, чем тот, кто планирует ее приобрести. Хотя возможна и обратная ситуация: покупатель знает больше продавца. Например, покупатель земельного участка знает, что скоро в этом районе начнется большое строительство и цены на землю взлетят.

Информационная асимметрия является проблемой для участников рынка. Например, если она имеет место между банком и заемщиком, то осложняет первому задачу оценки истинного кредитного рейтинга второго.

Впервые это свойство было отмечено Кеннетом Эрроу в статье 1963 года, озаглавленной «Неопределенность и экономика благосостояния в здравоохранении».

Применение аналитических технологий Data Mining позволяет снизить возможные издержки от информационной асимметрии за счет дополнительных знаний, полученных об объектах сделок в результате анализа.