

## 6.8 Asymmetrisk information

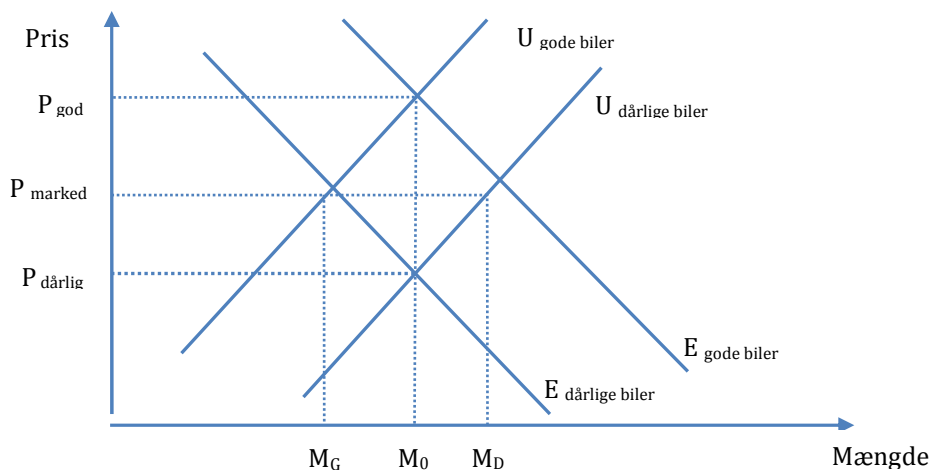
Hidtil har vi antaget, at efterspørgere og udbydere af et givet gode har samme information om godet, også kaldet symmetrisk information. Men i mange situationer er dette netop ikke tilfældet. Typisk vil udbyderen af godet have bedre information end den, der efterspørger.

Antag fx brugtbilsmarkedet, hvor sælgeren af en brugt bil ved, om der er tale om en god eller en mindre god bil. Det ved den potentielle køber ikke. Det betyder faktisk, at de biler, der er til salg på brugtbilsmarkedet, overvejende tilhører den mindre gode del af bilmarkedet også kaldet the lemon<sup>1</sup> problemet.

### 6.8.1 Market for lemons

For at analysere dette lemon problem vil tage udgangspunkt i eksemplet i figur 6.15.

Figur 6.15 Asymmetrisk information



Vi antager for simpelhedens skyld at vi kan opdele brugtbilsmarkedet i gode brugte biler og dårlige brugte biler. I figur 6.15 er vist henholdsvis udbuddet af gode og dårlige brugte biler ( $U_{\text{gode biler}}$  og  $U_{\text{dårlige biler}}$ ) og efterspørgslen efter gode og dårlige brugte biler ( $E_{\text{gode biler}}$  og  $E_{\text{dårlige biler}}$ ).

Hvis der, som vi hidtil har antaget, er symmetrisk information i markedet vil der dannes prisen  $P_{\text{god}}$  på de gode brugte biler og prisen  $P_{\text{dårlig}}$  på de dårlige brugte biler. Vi ser, at der da i *dette eksempel* vil blive handlet lige mange henholdsvis gode og brugte biler, nemlig mængden  $M_0$ .

Men lad os nu antage, at der er asymmetrisk information. Køberne på brugtbilsmarkedet ved ikke på forhånd, om den bil, de køber, er en god eller en dårlig brugt bil. Da der i eksemplet vil være lige mange gode og dårlige brugte biler på markedet såfremt der havde været symmetrisk information, vil efterspørgerne efter brugte biler umiddelbart forvente, at der er 50 procents chance for at få en god brugt bil og 50 procents risiko for en dårlig brugt bil. Brugtbilprisen vil derfor blive dannet som et gennemsnit af prisen på gode brugte biler ( $P_{\text{god}}$ ) og prisen på dårlige brugte biler ( $P_{\text{dårlig}}$ ) svarende til  $P_{\text{marked}}$ .

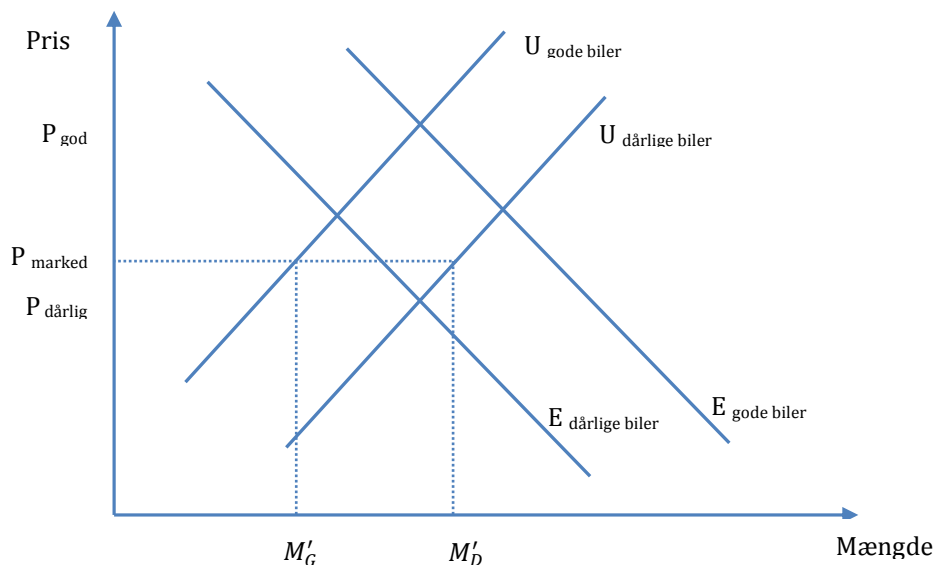
Men udbyderne af brugte biler, der jo har fuld information om netop deres brugte bil, vil selvfølgelig tilpasse deres udbud til denne pris. Hvis de ikke kan få en pris svarende til prisen under symmetrisk

<sup>1</sup> It's a lemon betyder på dansk et gode, der ikke er meget ved.

information, vil flere af dem ikke sælge. Udbuddet af gode biler vil således falde til  $M'_G$  i figur 6.15. Udbuddet af dårlige biler vil til gengæld stige til  $M'_D$ , da udbydere af de dårlige biler nu får en bedre pris end under symmetrisk information. Den asymmetriske information på brugtbilsmarkedet betyder således, at der nu er flere dårlige brugte biler på markedet, end der er gode brugte biler.

Men efterhånden som køberne af brugte biler erfarer, at der er flere dårlige brugte biler, end der er gode brugte biler på markedet, så vil prisen trække i retning af prisen på de dårlige brugte biler. I figur 6.15 svarer det til, at prisen  $P_{\text{marked}}$  dannes tættere på  $P_{\text{dårlig}}$  end på  $P_{\text{god}}$ . Det er illustreret i figur 6.16.

Figur 6.16 The lemons problem



Dette prisfald på de gode brugte biler betyder, at endnu flere udbydere af gode brugte biler bliver utilfreds med prisen og derfor ikke længere vil sælge. Mængden af gode brugte biler på markedet falder derfor yderligere til  $M'_G$  i figur 6.16 der er lavere end  $M_G$  i figur 6.15.

Der bliver således færre og færre gode brugte biler på markedet, hvor der efterhånden kun er de dårlige brugte biler - altså lemon bilerne - tilbage. Dem vil der til gengæld være flere af end under symmetrisk information, idet prisen på brugte biler  $P_{\text{marked}}$  er over prisen på dårlige brugte biler under symmetrisk information  $P_{\text{dårlig}}$ , som det fremgår af figur 6.16.

Vi kan således se, at asymmetrisk information på markedet betyder, at dårlige brugte biler så at sige presser de gode brugte biler ud af markedet, det såkaldte lemon problem.

### 6.8.2 Adverse selection

En anden udgave af samme problem kaldes for adverse selection. Adverse selection opstår således, når varer af forskellig kvalitet sælges til samme pris som følge af asymmetrisk information i markedet. Vi så ovenfor, at det medførte, at dårlige brugte biler kommer til at udgøre en forholdsmeæssig stor del af brugtbilsmarkedet. Mere generelt medfører adverse selection, at det i overvejende grad er de goder med lavest kvalitet, der ender med at være i markedet.

Således ville ens forsikringspræmier for alle fx på kaskobilforsikringer<sup>2</sup> medføre, at det kun er de

<sup>2</sup> Kaskoforsikring er en forsikring på de skader, der sker på bilen. Denne er ikke lovpligtig i modsætning en autoansvarsforsikring, der

forsikringstagere, der har stor risiko for skader, der ønsker at tegne en kaskoforsikring. For de øvrige vil præmien være for høj i forhold til deres risiko for skade.

Når færre ønsker en kaskoforsikring vil forsikrings-selskabet få færre præmieindtægter. De vil derfor være nødt til at sætte præmierne op for at kunne dække de skader, der forventes at opstå. Det ville betyde, at endnu flere vil finde præmien for høj i forhold til deres forventede risiko og derfor afstå fra at have en kaskoforsikring. Det ville betyde endnu færre præmieindtægter til forsikrings-selskabet, der derfor igen ville være nødt til at hæve forsikringspræmien, og sådan kunne vi blive ved. Til sidst ville det kun være de bilister med størst risiko for skader, der har en kaskoforsikring.

For at dæmme op for denne adverse selection inddeler forsikrings-selskaberne kunderne i forskellige grupper med forskellig præmie, hvor præmien beregnes ud fra fx alder, hvor længe man har haft kørekort, hvor i landet man bor, og den periode man har kørt skadefri.

Også kreditmarkedet vil være præget af adverse selection i det omfang, alle kan opnå kredit til den samme rente. I det tilfælde ville renten nemlig blive så høj, at det kun vil være de mindst kreditværdige kunder, der ønsker kreditten. For at undgå denne situation kredittvurderer pengeinstitutterne deres kunder. Det gælder både privatkunder og erhvervs-kunder, og jo bedre kredittvurdering kunden har, jo lavere rente kan vedkommende alt andet lige låne til.

Derimod sker der typisk ikke kredittvurdering ved optagelse af de såkaldte forbrugslån, som man kan få i flere forretninger. Her kan alle låne til den samme rente, og det udmønter sig netop i, at det er de mindst kreditværdige kunder, der optager forbrugslåne, hvor renten til gengæld er meget høj.

### 6.8.3 Moral hazard

Et andet problem, der kan opstå som følge af asymmetrisk information, er det såkaldte moral hazard problem. Dette problem opstår, når den ene part i en aftale via sin adfærd påvirker betalingerne parterne imellem.

Antag fx en person, der har en kaskoforsikring på sin bil. Går bilen i stykker betaler forsikrings-selskabet for reparationen eller eventuelt for en ny bil. I dette tilfælde vil forsikringstageren måske køre mere uforsigtigt, end hvis han eller hun selv skulle betale for at udbedre eventuelle skader. Tilsvarende vil en person med en tyveriforsikring måske ikke gøre så meget for at forhindre tyveri som en person uden en tyveriforsikring. I begge tilfælde taler man om moral hazard.

For at mindske problemet med moral hazard er der typisk en selvrisiko på både en kaskoforsikring og en tyveriforsikring. Det vil sige, at forsikringstageren også selv skal betale et vist beløb i tilfælde af tyveri eller skade på bilen.

Moral hazard er dog ikke alene et problem på forsikringsområdet. Det kan fx tænkes at virksomheder, hvor en stor del af finansieringen sker via fremmedkapital i form af fx banklån, tager større risici end virksomheder, hvor en større del af finansieringen kommer fra egenkapitalen og hvor de derfor selv må bære et eventuelt tab. I det hele taget er der risiko for moral hazard i alle tilfælde, hvor andre end den, der udfører handlingen, i større eller mindre grad er med til at betale, hvis uheldet er ude. Moral hazard betyder således, at den risiko, den enkelte løber, er større, end hvis vedkommende selv skulle betale for fx skaden på bilen eller det stjålne ved et tyveri.