

Mikroekonomia

Wykład 10

Pokusa nadużycia

- ◆ Jeśli konsument ma pełne ubezpieczenie na samochód, czy bardziej prawdopodobne jest że zapomni go zamknąć?
- ◆ **Pokusą nadużycia** nazywamy brak bodźców do dbałości, czyli brak dbałości *ex post* o efekt będący przedmiotem transakcji *ex ante*
- ◆ Ukryte działanie prowadzi do niedostatecznej podaży dobra.
- ◆ Jest to konsekwencja asymetrii informacji na rynku.

Pokusa nadużycia

- ◆ Jeśli stopień dbałości jest obserwowalny, to towarzystwo ubezpieczeniowe może określić stawki na podstawie wykazywanej dbałości. W ten sposób każdej osobie można będzie zaproponować kontrakt na indywidualnych warunkach.
- ◆ Jeśli towarzystwo ubezpieczeniowe nie jest w stanie rozróżnić konsumentów, to jeden rodzaj kontraktu zostanie wszystkim zaoferowany. W ten sposób konsumenci z niskim ryzykiem subwencjonują konsumentów z wysokim ryzykiem.

Pokusa nadużycia (przykład)

- ◆ Samochód wart jest 50 tys.
- ◆ Ryzyko kradzieży wynosi 10% rocznie chyba, że właściciel będzie unikać niebezpiecznych miejsc, wówczas 5% rocznie.
- ◆ Właściciel wycenia ten wysiłek na 500zł.
 - Jeżeli jest nieubezpieczony, będzie się starać
 - Jeżeli ubezpieczyciel pokrywa szkody – brak starań

Pokusa nadużycia (przykład)

- ◆ Stawka ubezpieczenia wyniesie 5tys. + marża (a mogłaby 2,5 tys. + marża)
- ◆ Strata społeczna 2,5 tys. zł.
- ◆ Rozwiązanie: udział własny min. 20%
 - Nie jest to społecznie optymalne, bo ubezpieczony ma awersję do ryzyka
 - *Trade off* między optymalną alokacją ryzyka a **poprawnością motywacyjną**

Pokusa nadużycia

- ◆ Przykłady działań mających na celu uniknięcia pokusy nadużycia poprzez **dawanie sygnałów**:
 - osoby palące papierosy i nałogowi alkoholicy płacą wyższe stawki za polisę ubezpieczeniową na życie
 - kierowcy samochodów o dłuższym stażu bez wypadków płacą niższe stawki za polisę samochodową.

Dawanie sygnałów

- ◆ **Selekcja negatywna** jest wynikiem niedoboru informacji.
- ◆ Co by się stało gdyby informacja została uzupełniona poprzez dawanie sygnałów o swojej wiarygodności przez producentów dóbr wysokiej jakości?
 - Np. udzielanie gwarancji, opinia poprzednich klientów, itd. W takim przypadku sygnalizowanie pomaga w działaniu rynku.
- ◆ Są jednak przypadki, w których dawanie sygnałów może sprawić, iż rynek zachowuje się gorzej.

Dawanie sygnałów – model rynku edukacyjnego

- ◆ **Jak potencjalni pracownicy przekonują pracodawców o jakości swoich usług?**
 - **Słaba sygnalizacja: strój** (tak samo łatwy do zastosowania przez słabych pracowników, jak i dobrych)
 - **Silna sygnalizacja: dyplom** (mniejszy wysiłek do uzyskania dla lepszych pracowników, niż dla gorszych)

Model rynku edukacyjnego

- ◆ Załóżmy, że na rynku siły roboczej są tylko dwa rodzaje pracowników: zdolni i niezdolni.
- ◆ Krańcowy produkt (MP) pracowników zdolnych wynosi a_H , natomiast niezdolnych a_L .
- ◆ $a_L < a_H$.
- ◆ h udział pracowników zdolnych na rynku siły roboczej.

Model rynku edukacyjnego

- ◆ Każdy pracownik otrzymuje płacę równą swojemu (oczekiwanemu) produktowi krańcowemu.
- ◆ Jeśli jakość pracownika jest łatwo obserwowalna, to firmy będą oferowały następujące płacę:
 - $w_H = a_H$ zdolniejszym robotnikom
 - $w_L = a_L$ mniej zdolnym
- ◆ Jeśli firma nie potrafi odróżnić pracowników różnej jakości, to zaoferuje średnią płacę (**równowaga łącząca**), czyli oczekiwany produkt krańcowy:

$$w_P = (1 - h)a_L + ha_H$$

Model rynku edukacyjnego

- ◆ $w_P = (1 - h)a_L + ha_H < w_H$
- ◆ Zdolni pracownicy mają bodziec do zasygnalizowania firmie swojej jakości, czyli pracownicy mogą zdobyć wykształcenie.
- ◆ Koszt zdobycia wykształcenia przez zdolnego pracownika wynosi c_H za każdy poziom wykształcenia, a niezdolnego - c_L .
- ◆ $c_L > c_H$, czyli krańcowy koszt gromadzenia wiedzy jest mniejszy dla zdolnych pracowników.

Model rynku edukacyjnego

- ◆ Załóżmy, że **wykształcenie w ogóle nie wpływa na wydajność pracownika**, czyli koszt zdobycia wykształcenia jest bezpowrotną stratą.
- ◆ Cel: uzyskanie takiego poziomu wykształcenia, który zapewni, że korzyści z niego będą wyższe niż poniesione na nie koszty
- ◆ Ile lat nauki wybiorą obie grupy pracowników?

Model rynku edukacyjnego

- ◆ Zdolni pracownicy wybiorą poziom wykształcenia e_H jeśli

(i) $w_H - w_L = a_H - a_L > c_H e_H$

(czyli w interesie zdolnych robotników jest osiągnięcie poziomu wykształcenia e_H), oraz

(ii) $w_H - w_L = a_H - a_L < c_L e_H$.

(czyli korzyści ze zdobycia wykształcenia e_H są mniejsze od kosztów dla niezdolnych pracowników).

Model rynku edukacyjnego

$$a_H - a_L > c_H e_H \quad \text{oraz} \quad a_H - a_L < c_L e_H$$



$$\frac{a_H - a_L}{c_L} < e_H < \frac{a_H - a_L}{c_H}.$$

□ Wybór takiego poziomu wykształcenia stanowi wiarygodny sygnał na rynku siły roboczej, pozwalając zdolnym pracownikom odseparować się od pozostałych.

□ Nie ma bodźca aby uzyskać edukację wyższą niż e_H , ponieważ nie wpłynie to na wzrost płac.

Model rynku edukacyjnego

- ◆ Wiedząc jaki poziom wykształcenia wybiorą zdolni pracownicy (e_H), jakie wykształcenie powinni wybrać niezdolni pracownicy?
- ◆ Odpowiedź: zero.
 - Nie ma powodu, by uczyć się, ponieważ wynagrodzenie będzie takie samo jak w przypadku braku edukacji
 - Niezdolni pracownicy będą dostawać $w_L = a_L$ dopóki nie zdobędą wykształcenie e_H . Z kolei koszty zdobycia wykształcenia e_H przewyższają korzyści dla takich pracowników.

Dawanie sygnałów

- ◆ Sygnalizowanie pozwala na pełniejszą informację na rynku.
- ◆ Jednak całkowita produkcja nie zmieni się na rynku, a dawanie sygnałów może być kosztowne (np. wykształcenie). W takim przypadku sygnalizowanie pogarsza efektywność rynkową.
- ◆ Więc pełniejsza informacja na rynku nie koniecznie przyczynia się do poprawy efektywności na rynku.

Dawanie sygnałów

- ◆ Jednak edukacja się opłaca nawet, gdy wszystko czego się nauczymy na studiach jest w pracy bezużyteczne
 - dyplom jest bowiem sygnałem o zdolnościach i pracowitości
- ◆ By sygnał działał, musi być:
 - kosztowny w różnym stopniu dla różnych grup
 - zrozumiały dla obu stron rynku

Jak walczyć z negatywną selekcją?

- ◆ **Ograniczać dobrowolność:**
 - obowiązkowe ubezpieczenie wszystkich (rola państwa, np. składki ZUS)
 - sprzedawanie firmom ubezpieczeń grupowych
- ◆ **Niwelować asymetrię informacji:**
 - segregacja na różne grupy ryzyka (np. od wieku kierowcy, historii wypadkowości, koloru samochodu itd.)
 - systemy bonusowe, historia kredytowa itd.

Jak unikać negatywnej selekcji?

- ◆ **Reputacja:** rankingi, informacje od innych itp.
- ◆ **Standaryzacja:** McDonalds, Holiday Inn, czyli „bez niespodzianek”
- ◆ **Gwarancja:** uwzględnianie reklamacji
- ◆ **Sygnalizowanie jakości:** certyfikaty, dyplomy itp.
- ◆ **Duży nakład:** stosy książek to sygnał jakości, ponieważ drukowanie czegoś marnego w ogromnym nakładzie grozi bankructwem