

---

---

## ДЕЛОВАЯ РАЗВЕДКА КАК СПОСОБ УСТРАНЕНИЯ АСИММЕТРИИ ИНФОРМАЦИИ НА РЫНКЕ

Р.В. Денисов

Научно-производственное объединение «Космос»  
*и. Энтузиастов, 38, Москва, Россия, 105118*

Деловая разведка имеет экономическое обоснование и в рамках теории асимметричности информации, поскольку в основных формах асимметрии информации рынка всегда существует экономический риск, которому подвергается менее информированный контрагент и который может рассматриваться как своеобразный экономический стимул для получения информации, т.е. для применения деловой разведки. Таким образом, использование деловой разведки является одним из способов преодоления асимметрии информации рыночными инструментами.

**Ключевые слова:** деловая разведка, асимметрия информации рынка.

Экономическая безопасность компании обеспечивается комплексом составляющих, ориентированных на преодоление финансово-экономических угроз компании. Несомненно, что развитие современного предприятия напрямую связано с его экономической безопасностью. Однако экономическая безопасность предприятия — это непрерывный процесс обеспечения стабильности его функционирования, финансового равновесия и регулярного извлечения прибыли, а также возможности выполнения поставленных целей и задач, способности его к дальнейшему развитию и совершенствованию на различных стадиях жизненного цикла в процессе изменения конкурентных рыночных стратегий.

Достижение поставленных целей во многом обеспечивается деловой разведкой, важнейшим направлением системы экономической безопасности предприятия, которое занимается сбором, аккумулированием и аналитической обработкой данных об окружающей бизнес-среде, выработкой на их основе стратегической, тактической информации и решений, способствующих развитию бизнеса и предотвращению внешних угроз.

Результатом работы деловой разведки являются получаемые в ходе ее работы фактические данные или информация, которые Клод Шеннон, основоположник теории информации, определил как необходимое условие для снятия неопределенности [1. С. 667—668].

Таким образом, информация есть обобщенный вывод на основе данных, которые были отобраны, проанализированы и структурированы.

В 1980—1990-х гг. была выдвинута теория асимметричной информации, большой вклад в разработку которой внесли лауреаты Нобелевской премии по экономике за 2001 г. Джордж Акерлоф, Майкл Спенс и Джозеф Стиглиц. Суть данной теории в том, что информация распределена между участниками рынка асимметрично, т.е. некоторые из субъектов рыночных отношений имеют информацию о товарах и услугах гораздо более полную, чем другие. К тому же функциониру-

вание механизмов рынка во многом зависит от того, насколько участники рынка владеют информацией о возможностях той или иной технологии, о тенденции изменения конъюнктуры. Неполнота информации, ее неравномерное распределение между продавцами и покупателями ведет к тому, что они принимают неверные решения, неэффективно используют ресурсы. Поэтому чаще всего при совершении сделок один из ее участников всегда находится в более выгодном положении.

Авторы теории в своих работах исследовали различные варианты работы рыночных механизмов при той или иной асимметричной информированности. Так, Майкл Спенс считал, что более информированные участники своим поведением способствуют распространению информации о положении на рынке. Он же исследовал работу механизма рынка, когда его участники, информированные лучше других, предпринимают дорогостоящие попытки продвинуть на рынок свой товар, передавая информацию о товаре тем, кто хуже информирован [2]. Также, по его мнению, лучше других информированные агенты рынка должны действовать (и соответственно, нести затраты) в направлении повышения информированности других участников рынка о возможностях, ценности, качестве их продуктов и услуг. Майкл Спенс продемонстрировал, что при определенных условиях хорошо информированные участники рынка могут увеличить свои рыночные обороты, «сигнализируя» другим, хуже информированным участникам рынка. Руководство фирмы может мириться с двойным налогообложением дивидендов ради того, чтобы просигнализировать акционерам о высокой доходности компании.

Джордж Акерлоф доказал, что асимметричная информация может привести к обратной селекции на рынке. Например, из-за неполной информации у арендодателей или покупателей поддержанных автомобилей арендаторы с низкой платежеспособностью и продавцы автомобилей низкого качества начинают преобладать на рынке [3].

Джозеф Стиглиц показал, что неинформированный участник способен иногда уловить информацию от лучше информированного через постоянное отслеживание информации, например рекламной продукции или выбирая для сделки какую-то специфическую форму договора из списка возможных форм. Страховые компании в состоянии разделить свою клиентуру на категории по величине риска, применяя различные страховые стратегии, где более низкие страховые премии связаны и с меньшими регулярными платежами [2].

Согласно данной теории, асимметрия информации существует на всех типах рынков. Это обусловлено тем, что агенты рынка обладают информацией в неравной степени. В условиях постоянно меняющейся информации это приводит к нерациональному экономическому поведению и к экономической дифференциации.

Существуют следующие основные формы асимметрии информации на рынке [4. С. 87—88].

*Моральный риск (moral hazard)* — это форма асимметричной информации, имеющей место тогда, когда одна из сторон рыночной сделки скрывает информацию о своих действиях. Одна из договаривающихся сторон изменяет свое поведение после подписания контракта и тем самым наносит ущерб другой стороне.

Примером асимметричной информации в форме морального риска обычно приводится рынок страхования. Суть проблемы морального риска заключается в том, что рынок с асимметричной информацией предоставляет возможность одному из участников рыночной сделки злоупотреблять ожиданиями другого участника, располагающего менее полной информацией.

*Неблагоприятный отбор (adverse selection)* — это форма асимметричной информации, имеющей место тогда, когда одна из сторон рыночной сделки скрывает какие-то знания, какие-то характеристики сделки и тем самым наносит ущерб другой стороне. Примерами асимметричной информации в форме неблагоприятного отбора обычно рассматриваются рынки подержанных автомобилей и медицинского страхования. Суть проблемы риска неблагоприятного отбора в том, что рынок с асимметричной информацией предоставляет возможность одному из участников рыночной сделки злоупотреблять ожиданиями другого участника, располагающего менее полной информацией.

*Агентские отношения* существуют тогда, когда индивидуум или организация (агент) действует от лица другого индивидуума или организации (принципал). Такого рода отношения возникают всегда, когда отношения найма ставят благосостояние одного лица в зависимость от деятельности другого. И принципалом, и агентом могут быть и отдельный человек, и фирма, и организация, и государственное учреждение.

Необходимо отметить, что теория асимметричной информации обычно является весомым теоретическим аргументом в пользу государственного вмешательства в действие рыночной экономики. Для преодоления такого провала рынка, как асимметрия информации, используются институты и инструменты государственного регулирования — лицензирование, стандартизация, аккредитация, законодательство о правах потребителей и т.п.

Вместе с тем, как нам представляется, вмешательство государства и использование им признанных правовых и экономических инструментов для преодоления асимметрии информации в целом, может быть эффективно дополнено на микроуровне рыночными инструментами, которые используют в своей деятельности рыночные агенты для преодоления информационной асимметрии, в их числе — активное применение деловой разведки. Более того, несовершенство рынка в условиях асимметричности информации, на наш взгляд, создает экономические предпосылки к активному применению деловой разведки на предприятии для снижения рисков и неопределенности в рыночных взаимодействиях. Совместное использование государственных и рыночных инструментов и методов преодоления информационной асимметрии способствует существенному снижению неопределенности, недостатка информации в деятельности экономических агентов, повышению результативности их деятельности, а также информированности потребителей о качественных характеристиках товаров и услуг в рыночных условиях.

В приведенных основных формах асимметрии информации рынка всегда существует экономический риск, которому подвергается менее информированный контрагент и который может рассматриваться как своеобразный экономический стимул для получения информации, т.е. для применения наряду с другими

методами деловой разведки. В экономическом аспекте получение преимуществ за счет обладания более полной информацией о ком-либо или о чем-либо вполне отвечает принципу рационального поведения, поскольку ведение деловой разведки сопряжено с затратами, сопоставимыми с рисками недополучения информации. Вполне естественно, что это имеет смысл только в том случае, если ожидаемые выгоды превысят понесенные затраты.

В рамках договорных отношений юридических лиц асимметрия может выражаться в недостаточности данных, скрытых или скрываемых действий или знаний и влияющая тем самым на потенциальное сотрудничество.

В качестве примера можно привести ситуацию, когда при заключении договора поставки руководство поставщика настаивает на полной предоплате. В данном случае асимметрия информации заключается в том, что поставщик предполагает наличие дефекта или возможные проблемы со сроками поставки и что пока это неизвестно клиенту. Экономический риск срыва графика поставки или поставки бракованной продукции можно снизить посредством более пристального изучения поставщика, его деловой репутации, т.е. посредством комплекса мероприятий деловой разведки, т. е. некоторых затрат.

Майкл Спенс считал, что недополучение достоверной информации о потенциальных сотрудниках, об их производительности обходится очень дорого, а потому требуется некоторое свидетельство, косвенно подтверждающее это [2]. В качестве подобного индикатора может быть информация о том, закончил ли работник, например, колледж, а также данные о его прежнем послужном списке. Инструментом, определяющим background (прошлое) потенциального сотрудника, несомненно, может быть деловая разведка.

Информационная асимметрия, а также решения, принимаемые менеджерами и являющиеся сигналами для непосвященных, играют важную роль на рынке. Изучение подобных сигналов, исходящих от конкурентов и контрагентов, по сути, одно из направлений деятельности деловой разведки, тем более что наличие ряда специфических методов позволяет ей правильно идентифицировать подобные сигналы.

Например, если руководство фирмы сигнализирует о благоприятных перспективах своей фирмы, эта информация будет всерьез воспринята партнерами и инвесторами и отразится на стоимости ценных бумаг. Классическим примером распространения информации в форме таких сигналов являются объявления о выплате дивидендов. Когда фирма объявляет о значительном увеличении выплачиваемых дивидендов, ее менеджеры тем самым дают инвесторам сигнал о том, что фирма рассчитывает на получение солидной прибыли. Точно так же, когда большинство инвесторов ожидают увеличения дивидендов, но этого не происходит, менеджеры фирмы дают негативный сигнал. Тем более важными являются те сигналы, которые не могут нести ложную информацию, т.е. когда их нельзя имитировать.

Изучение подобных сигналов, возможность вычлениить их из общего «информационного шума» позволяет деловой разведке способствовать устранению асим-

метричной информации, что делает ее, по нашему мнению, эффективным регулятором рыночных отношений.

В США в связи с исследованием рынков с асимметричной информацией вновь подняли вопрос о создании сети частных аэропортов, приводя в пример Израиль и Великобританию, где они существуют [5]. Критики вмешательства государства для исправления дефектов асимметричности информации говорят, что государственная служба, которая платит за убытки не из своего кармана, не может быть заинтересована в предотвращении террористических актов и прочих несчастных случаев. А владелец частного аэропорта, ориентируясь на минимум ущерба и максимум прибыли, будет правильно использовать ту информацию, которой он располагает, и применять все новые и новые способы предотвращения нежелательных ситуаций, используя при этом все возможности, включая деловую разведку. Это же применимо и в отношении к атомным электростанциям и химическим заводам. По нашему мнению, в приведенных примерах вмешательство государства необходимо и более эффективно по сравнению с использованием исключительно рыночных методов, поскольку речь идет о вопросах национальной безопасности в целом. Государственные и рыночные регуляторы не противоречат, а дополняют друг друга.

Постоянные изменения внешних факторов приводят к неопределенности конечных результатов и различным рискам. При определении предельного продукта, создаваемого конкретным фактором производства, допускается нереальная предпосылка о постоянстве других факторов производства, которые находятся в непрерывном динамичном состоянии. Вследствие этого существует неопределенность величины предельного продукта, создаваемого конкретным фактором производства.

Неопределенность и асимметрия информации существуют на рынке в процессе формирования величин рыночных стоимостей и рыночных цен товаров, что обусловлено постоянной динамикой производительной силы труда, величин спроса и предложения товаров, производимых в разных условиях производства, изменения относительной величины стоимости, стоимости денежного товара, качества товара, предпочтений потребителей.

Асимметрия информации существует и в денежном обращении, что проявляется в отсутствии информации о масштабе эмиссии денежной массы центральным банком. Это приводит к неопределенности формирования будущих уровней рыночных цен.

Асимметрия информации на рынке проявляется в рекламе товара. Причиной формирования рекламной асимметрии информации является конкуренция производителей. Объективным условием возникновения асимметрии информации в рекламе является асимметрия товарного производства, а субъективным условием — незнание потребителями свойств товара и градаций его качества.

Само по себе наличие асимметрии информации создает возможность для злоупотребления ею, т.е. для недобросовестного поведения. И если один из контрагентов вполне уверен в том, что качество его продукта (или другая информация)

не может быть определено в процессе дальнейшего сотрудничества, то он будет сбывать продукт по завышенной цене.

Поскольку основным регулятором рыночных отношений является механизм конкуренции, который действует как на микроуровне, так и на макроуровне, деловая разведка является одной из форм снижения асимметрии информации на рынке. Механизм деловой разведки был выработан на основе естественного стремления бизнеса минимизировать возможность репутационных потерь наряду с потребностью получения объективной информации.

Имеется целый ряд способов сокращения асимметричности информации, основанных на использовании как государственных, так и рыночных инструментов.

Некоторые из них, совершенно законные, активно используются агентами рынка для привлечения внимания к своей продукции (услугам). Этой цели служат репутация продавца (изготовителя), его имидж, основанные на прошлом опыте покупок и передаваемые от покупателя к покупателю, реклама. Фирма, пользующаяся хорошей репутацией, стремится затруднить продажу подделок своей продукции. Для этого используются сложные в изготовлении упаковка, этикетки, голографические марки, торговые марки и логотипы. Важным сигналом о качестве товара служит его соответствие стандартам, т.е. набору критериев, характеризующих качество товара, удовлетворяющего определенные потребности, и сертификация — подтверждение соответствия товара стандартам. Государство посредством создания учреждений, осуществляющих сертификацию, стандартизацию и лицензирование, товароведческую экспертизу, снижает асимметрию информации у потребителей о качестве товаров. Посредством экспертизы товаров осуществляется выявление их соответствия нормам и стандартам качества, экологическим и санитарным требованиям. По результатам такой экспертизы происходит признание безопасности товаров для их использования с последующей сертификацией, а также непредоставление или отзыв лицензий и сертификатов у производителей, которые нарушают стандарты качества и санитарные требования.

Однако информация, предоставляемая государственными органами и организациями, является достаточно общей, не содержит в себе всех необходимых для предпринимателей сведений о конкурентных преимуществах либо недостатках товаров, услуг, потенциальных контрагентах. Подобного рода информация, полученная от государственных учреждений, является важной, но недостаточной, что заставляет предпринимателей проводить собственные исследования или привлекать специальные структуры для изучения конкретной проблемы [6].

Более эффективными иногда являются противозаконные способы снятия асимметрии информации. Однако незаконное получение информации сопряжено с рядом издержек и влечет материальные и репутационные потери, поскольку применение подобных способов снятия асимметрии ограничивается законодательно и несет ряд санкций.

Риски преодоления информационной асимметрии могут быть минимизированы с помощью методов деловой разведки, которая действует исключительно в правовом поле и использует исключительно легитимные методы. Таким образом,

наблюдается своего рода регулирование институциональных изъянов рынка рыночными же методами и рыночными структурами, причем либо с использованием, либо без использования государственных инструментов. Рыночный механизм позволяет находить свои инструменты для снятия асимметрии, имея на выходе получение объективной информации с минимальными материальными и репутационными потерями. Таким образом, необходимость деловой разведки в рыночной экономике может быть экономически обоснована как направление в деятельности предприятия (фирмы), частично компенсирующее институциональный изъян рынка — асимметрию информации.

В отличие от методов снижения асимметрии информации, которые применяются предпринимателями в ходе финансово-хозяйственной деятельности (несистемное изучение государственных информационных баз, данных научно-технической информации, библиотек, архивов), деловая разведка, применяемая комплексно, является эффективным решением снижения асимметричности информации, продиктованным естественными рыночными механизмами.

#### ЛИТЕРАТУРА

- [1] Шеннон К. Работы по теории информации и кибернетике — М.: Изд. иностр. лит., 1963.
- [2] Воронов Ю.П. Первая Нобелевская премия по экономике в XXI веке // Журнал «ЭКО». — 2002. — № 1 (электронный ресурс). — URL: <http://econom.nsc.ru/eco/index.htm> (дата обращения 1.03.2013)
- [3] Akerlof G.A. The Market for “Lemons”: Quality Uncertainty and the Market Mechanism // Quart. Journ. Econ. 1970. Aug. (русский перевод: Акерлоф Дж. Рынок «лимонов»: Неопределенность качества и рыночный механизм // THESIS. — 1994. — № 5. — С. 91—104).
- [4] Пономаренко Е.В., Исаев В.А. Экономика и финансы общественного сектора. — М.: ИНФРА-М, 2007.
- [5] Информационная экономика, бизнес, общество, электронный ресурс. — URL: <http://www.infeconomy.ru/theory/70--xxi-.html> (дата обращения 1.03.2013)
- [6] Столярова Е.И. Развитие государственного предпринимательства: теория и практика: Автореф. дисс. ... канд. экон. наук. — М., 2009.

#### LITERATURA

- [1] Shennon K. Raboty po teorii informatsii i kibernetike. — M.: Izd. Inostr. Lit. 1963.
- [2] Voronov U.P. Pervaya Nobelevskaya premiya po ekonomike v XXI veke // Zhurnal «EKO». — 2002. — № 1 (elektronniy resurs). — URL: <http://econom.nsc.ru/eco/index.htm> (data obrascheniya 1.03.2013)
- [3] Akerlof G.A. The Market for “Lemons”: Quality Uncertainty and the Market Mechanism // Quart. Journ. Econ. 1970. Aug. (russkiy perevod: Akerlof Dzh. Rynok «limonov»: Neopredelennost kachestva i rynochniy mekhanizm // THESIS. — 1994. — № 5. — С. 91—104).
- [4] Ponomarenko E.V., Isaev V.A. Ekonomika i finansy obschestvennogo sektora. — M.: Infra-M, 2007.
- [5] Informatsionnaya ekonomika, biznes, obschestvo, elektronniy resurs. — URL: <http://www.infeconomy.ru/theory/70--xxi-.html> (data obrascheniya 1.03.2013)
- [6] Stolyarova E.I. Razvitiye gosudarstvennogo predprinimatelstva: teoriya i praktika: Avto-ref. diss. ... kand. ekon. nauk. — M., 2009.

**BUSINESS INTELLIGENCE  
AS A WAY TO ELIMINATE THE INFORMATION ASYMMETRY  
IN THE MARKET**

**R.V. Denisov**

Building Research and Production Association NPO «KOSMOS»  
*highway of Enthusiasts, 38, Moscow, Russia, 105118*

The use of business intelligence is one of the ways to overcome the information asymmetry of the market, market-based instruments.

**Key words:** business intelligence, market information asymmetry.