

АСИММЕТРИЯ ИНФОРМАЦИИ НА РЫНКЕ ИНВЕСТИЦИЙ: СОДЕРЖАНИЕ И ФОРМЫ ЕЕ ПРОЯВЛЕНИЯ

Самусева Татьяна Валентиновна

В статье "информация" рассматривается как один из основных факторов современных рыночных структур. Анализируется асимметрию ее проявления на всех стадиях реализации инвестиционного проекта. Проводится оценка конкретных форм проявления асимметрии информации во взаимоотношениях предприятия-заказчика и инвестора.

Ключевые слова: симметричная информация, асимметрия информации, формы проявления информации, инвестиционные проекты, инвестиционные ресурсы, инвестиционные риски.

JEL коды: A 220, E440, G 310

Суть и содержание асимметрии информации на рынке

Эффективность решения задач в разных сферах экономической деятельности определяется степенью достоверности предоставляемой информации: только на основе достоверной информации можно адекватно оценить ситуацию и, соответственно, принять правильное решение. Из-за быстроты протекающих изменений, неточности и неполноты имеющейся информации надежды на быстрое повышение эффективности общественного производства в процессе реформирования экономики России не оправдались.

Как известно, нормальная работа рыночного механизма предполагает, что участники экономических отношений имеют полную и достоверную информацию обо всем, что определяет их выбор. Однако на практике информация может быть не только неполной, но даже искаженной, то есть может иметь место асимметричное распределение информации.

В экономической литературе присутствует множество определений асимметрии информации. Одним из наиболее полных, на наш взгляд, является следующее определение: «Асимметричная информации – это неполная информация, неравномерно распределенная информация, некачественная и искаженная информация».

Таким образом, асимметричная информация, являясь непременным признаком работы любого рыночного механизма, включает в себя несколько подвидов информации. Основным среди них выступает неполная информация. Неполнота информации об объекте сделки, его характеристиках, об осуществлении сделки и ее возможных последствиях на всех участников рыночных взаимоотношений вызвана следующими причинами:

- получение информации связано с затратами ресурсов;
- проблема надежности;
- проблемы усвоения;
- проблемы обработки.

Неравномерно распределенная информация имеет место тогда, когда одни участники рыночных отношений знают что-то, чего не знают их контрагенты, то есть обладают большей информацией, чем другие. В силу данного обстоятельства при совершении сделки

они оказываются в более выгодном положении, так как могут оперировать своим информационным преимуществом.

Некачественная информация на рынке возникает в силу отсутствия совокупности свойств (избыточность, усвоение, точность, новизна, комплексность), обуславливающих возможность ее использования для удовлетворения определенных в соответствии с ее назначением потребностей, и также оказывает негативное воздействие на отношения участников сделки, один из которых, пользуясь своим информационным преимуществом, рассчитывает на получение дополнительного дохода за счет средств контрагента.

Избыточность информации характеризует разумные пределы наличия необходимой субъекту информации, то есть информации в том количестве, которое необходимо ему для осуществления рыночной деятельности.

Усвояемость как качественная характеристика обрабатываемой информации позволяет отбирать из всей совокупности полученной информации лишь ту наиболее важную часть, которая будет непосредственно использоваться в деятельности хозяйствующего субъекта.

При учете информационного фактора в хозяйственной деятельности предприятий необходимо помнить тот факт, что весь массив полученной информации далеко не всегда отвечает требованиям точности и новизны. Это происходит в силу временного характера: даже если та часть информации, которая была получена сегодня, является надежной, то завтра она может устареть вследствие изменения экономической среды и на нее уже нельзя будет положиться при принятии решений. Неточность информации также может быть следствием потери части информации при ее передаче в силу каких-либо объективных причин: не все хозяйствующие субъекты обладают достаточными навыками и знаниями, которые позволяли бы им адекватно перерабатывать всю поступающую к ним информацию.

Комплексный подход к оценке информационного потока предполагает выполнение требований, относящихся не только к самой информации, но и к работникам, участвующим в процессе сбора, обработки и хранения полученной информации. Основным из них является информационная культура, овладение которой становится чрезвычайно важным и необходимым условием реализации хозяйственной деятельности. Оптимальная информационная культура должна соответствовать следующим требованиям:

1. организация наиболее рационально устроенного обмена информацией;
2. создание необходимых и достаточных условий для сбора, хранения, переработки и передачи информации;
3. обеспечение необходимого и достаточного объема сведений для всех участников хозяйственной деятельности.

Высшей степенью проявления некачественной информации является ее полное искажение по сравнению с исходной информацией. В результате получения и использования информации подобного рода субъекты экономических отношений подталкиваются к принятию неверных решений и, соответственно, неэффективному использованию ресурсов, находящихся в их распоряжении.

Все вышесказанное может быть представлено в виде схемы (рисунок 1).

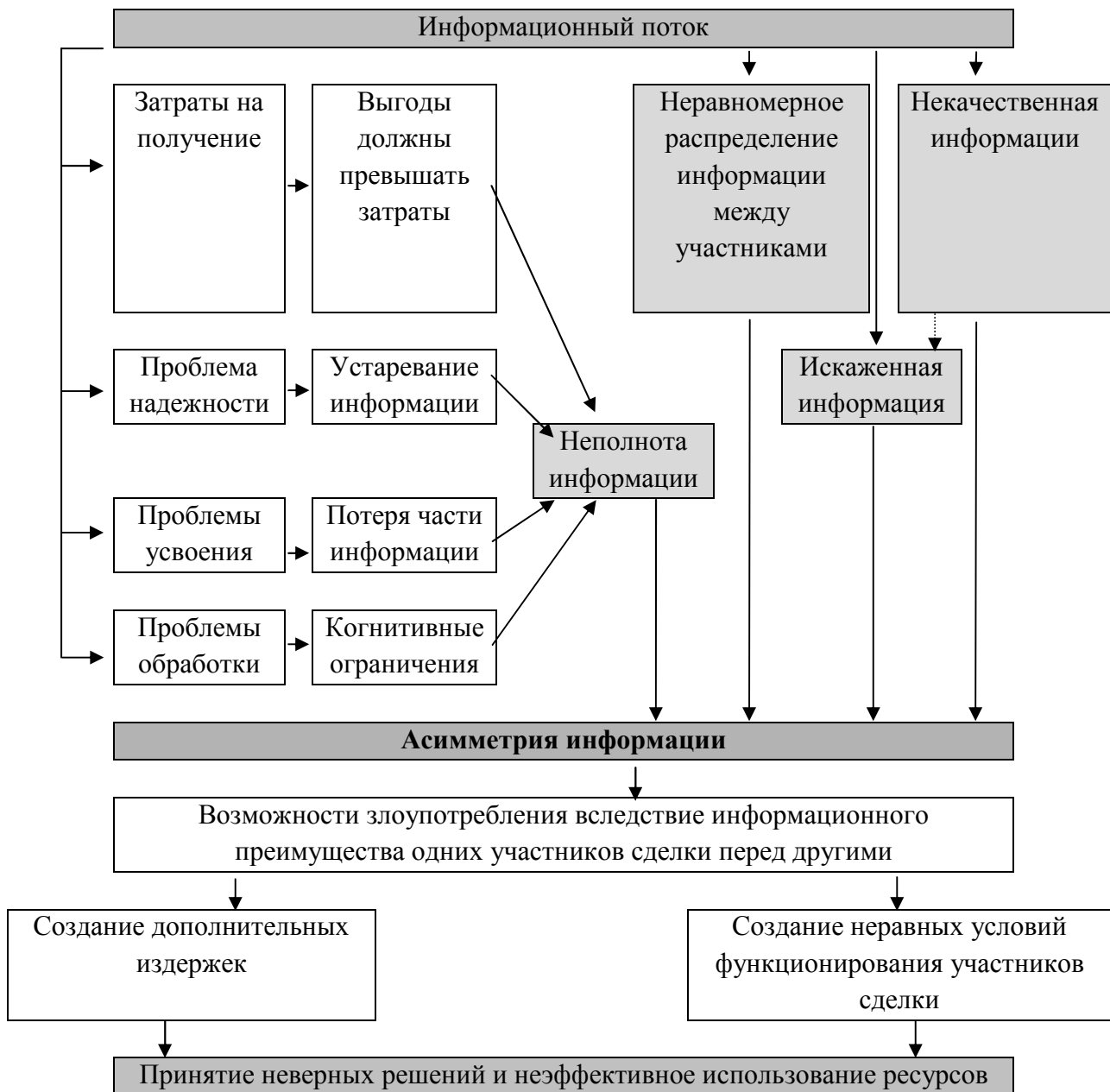


Рисунок 1. Сущность асимметричной информации рынка

Источник: составлено автором

В экономической теории анализ проблем асимметричной информации восходит к модели рынка «лимонов» Дж. Акерлофа¹.

Это модель рынка, на котором у покупателей и продавцов имеется различная информация о качестве продаваемых товаров. Согласно принципам микроэкономики, блага различного качества - это различные блага, и продаются они на различных рынках. Однако существуют ситуации, когда качество приобретаемого блага покупатель в момент совершения покупки не в состоянии оценить. В строгом смысле, это означает, что покупатель не ведает, что именно он покупает. Это выяснится позже, в процессе использования покупки. Продаваемые товары в модели рынка «лимонов» Дж. Акерлофа

¹ Акерлоф Дж. Рынок «лимонов»: неопределенность качества и рыночный механизм. В сб. THESIS. Вып. 5, 1994. - С. 91-104.

относятся именно к такой группе товаров - качество которых можно определить только после потребления или затруднительно определить даже после потребления.

Дж. Акерлоф рассматривает рынок подержанных автомобилей, на котором половина машин высокого качества – «персики», а половина низкого качества – «лимоны». Он делает допущение, что нынешний владелец каждого из автомобилей осведомлен о его качестве, а потенциальным покупателям неизвестно, какой из автомобилей является «персиком», а какой - «лимоном».

Дж. Акерлоф рассматривает три варианта рыночного равновесия в зависимости от полноты и симметричности информации о качестве продаваемых машин.

Информация полная и симметричная. Если бы и продавец, и покупатель точно знали качество каждого продаваемого автомобиля, то рассматриваемый рынок распался бы на два независимых - рынок «персиков» и рынок «лимонов». Причем, все автомобили на обоих рынках были бы реализованы по тем ценам, которые устраивали бы и продавцов, и покупателей.

Информация неполная, но симметричная. В этом случае Акерлоф предполагает, что ни продавец, ни покупатель не знают качество автомобиля, выбранного наугад, но знают, что из всех автомобилей, представленных на рынке, половина высокого качества, а половина – низкого. Соответственно, вероятность того, что выбранный наугад автомобиль будет высокого качества составляет $\frac{1}{2}$. В данном случае, объем реализации всех проектов по-прежнему составит 100%, т.е. все автомобили будут реализованы по равновесной цене, определяемой верхним и нижним пределами спроса и предложения, взвешенных на вероятность их осуществления. Как и в первом рассмотренном нами варианте, общественное благосостояние (сумма выигрышей продавцов и покупателей) не снизится. Неполная информация окажет влияние лишь на тот факт, что часть покупателей понесет некоторые потери за счет покупки автомобилей низкого качества по завышенной для них цене. Однако другая часть покупателей окажется в выигрыше за счет покупки хороших автомобилей по более низкой для них цене. Эти же обстоятельства относятся и к продавцам.

Наконец, информация неполная и асимметричная. В этом случае, в отличие от предыдущего, только продавцы качественного или некачественного товара точно знают качество своего товара. Цена на автомобили определяется по-аналогии. Следовательно продавец автомобиля высокого качества не захочет продавать его по заниженной цене и просто уйдет с рынка, где устанавливается такая равновесная цена. В результате на рынке останутся только некачественные товары. Объем реализации при этом составит 50%, что ясно доказывает, что асимметричная информация приводит к снижению общественного благосостояния, создавая провал рынка.

Причина такого провала рынка кроется в существовании внешнего эффекта, связанного с продавцами хороших автомобилей и плохих автомобилей, и психологией покупателей. Чаще всего продаются те подержанные автомобили, от которых больше всего хотят избавиться. Сам факт, что рассматривается рынок подержанных автомобилей, уже является для потенциального покупателя сигналом о качестве продаваемого предмета (лимонами на американском сленге называют негодные вещи). Поэтому результатом попытки продавца продать плохой автомобиль является негативное впечатление у покупателя в отношении качества среднего автомобиля, продаваемого на этом рынке. Выставление на продажу слишком большого количества предметов низкого качества приводит к понижению цены, которую покупатели готовы заплатить за средний автомобиль,

и, таким образом, наносит ущерб людям, пытающимся продать хорошие автомобили. Именно этот внешний эффект и создает указанный провал рынка.

Очень часто понятие асимметрии информации ассоциируют с понятием неопределенности параметров проекта. Однако подобное сравнение является неправомерным в силу факторов, обуславливающих эти два экономических явления. Если асимметрия возникает в силу неравномерного распределения информации между участниками сделки, неполной информации, некачественной и просто искаженной информацией, опять же, между участниками сделки, то неопределенность трактуется как «неполнота и неточность информации об условиях реализации проекта»² и определяется следующими факторами³ :

- неполнота или неточность проектной информации о составе, значениях, взаимном влиянии и динамике наиболее существенных технических, технологических или экономических параметров объектов;
- ошибка в расчетах параметров проекта, обусловленная неправомерной экстраполяцией на будущее данных и зависимостей, имевших место в прошлом;
- ошибка в расчетах финансово-экономических параметров проекта, обусловленная упрощениями при моделировании сложных технических или организационно-экономических систем;
- производственно-технологический риск (аварии и отказы оборудования, производственный брак и т. п.)
- колебания рыночной конъюнктуры, цен, валютных курсов и т. п.
- неполнота или неточность информации о финансовом положении и деловой репутации предприятий-участников (возможность неплатежей, банкротств, срывов договорных обязательств);
- неопределенность целей, интересов и поведения участников;
- неопределенность природно-климатических условий, возможность стихийных бедствий;
- неопределенность политической ситуации, риск неблагоприятных социально-политических изменений в стране или регионе;
- риск, связанный с нестабильностью экономического законодательства и текущей экономической ситуации, условий инвестирования и использования прибыли.

Таким образом, как мы видим из перечисленных выше причин, асимметрия информации рынка как экономическая категория является более узким понятием, чем неопределенность параметров проекта. Если неопределенность характеризуется рядом субъективных и объективных причин, то асимметрия информации носит больше субъективный характер, так как возникает, в основном, как следствие перекоса отношений между субъектами хозяйственной деятельности при совершении ими той или иной сделки.

Если бы асимметрия информации и порождаемые ею эффекты сказывались только на рынках подержанных вещей, едва ли она заслуживала бы того внимания, которое сегодня уделяется ей в экономической науке. В действительности она распространена весьма широко - в той или иной мере асимметрия информации присутствует на всех рынках.

² Виленский П.Л., Лившиц В.Н., Смоляк С. А. Оценка эффективности инвестиционных проектов. - М.: Изд-во «Дело», 2008.

³ Ross S. Uses, Abuses and Alternatives to Net Present Values Rule // Financial Management. V. 24. - №5. - 2012.

Влияние асимметрии информации рынка на доходность участников инвестиционных проектов

Рассмотрим, какое влияние оказывает асимметрия информации рынка на доходность участников инвестиционных проектов.

Инвестиционное соглашение устанавливает права и обязанности для тех, кто по данному соглашению получает средства (реципиент) и для того, кто эти средства предоставляет (инвестор). При этом реципиент обязуется возместить полученные средства и проценты за пользование этими средствами в установленные сроки.

Для того, чтобы понять происхождение ассиметричной информации в процессе инвестирования, мы должны проанализировать отношения, которые складываются между реципиентом и инвестором при выполнении инвестиционного соглашения. Несмотря на выполнение всех юридических условий участниками сделки, соглашение все же подразумевает присутствие определенного риска, когда мы сталкиваемся с экономической категорией асимметрии информации и формами ее проявления.

Некая неопределенность, свойственная любому инвестиционному соглашению, ставит под сомнение способность реципиента вернуть полученные средства. Кроме того, необходимо учитывать и тот факт, что обещание реципиента тратить инвестированные средства по назначению, может быть им легко нарушено. Существует множество примеров, когда реципиенты пытаются укрыть истинную природу проекта или использовать деньги не по-назначению или укрыть истинный результат инвестирования. Эти проблемы и относятся к проблемам рынка с ассиметричной информацией. Если данные факторы отражаются на уровне доходности инвестора, то участники сделки сталкиваются с конфликтом интересов.

Инвестиционное соглашение может быть подписано только в том случае, если ожидаемый доход инвестора будет равен или превысит тот уровень, который он мог бы получить, вложив средства в альтернативный проект, так как никакой рациональный субъект не будет инвестировать в проект с отрицательным ожидаемым уровнем дохода или с прибылью, которая не покрывает минимальный средний требуемый уровень дохода, характерный для данной отрасли:

$$(1 + r)I, \text{ где} \quad (1)$$

r - требуемая норма возврата капитала;

I – инвестированный капитал.

Наше исследование гораздо упростится, если предположить, что инвестор точно знает размер ожидаемых потоков денежных средств и вероятность их получения. Назначая более высокую процентную ставку, инвестор тем самым страхуется от риска неполучения дохода в случае нереализации проекта. Если и инвестор, и реципиент располагают и оперируют одной и той же информацией, это говорит о том, что проект реализуется в условиях симметричной информации. Однако в реальных экономических условиях инвестор и реципиент не имеют возможности оперировать одинаковой информацией - реципиент обладает информацией, к которой у инвестора нет доступа или которую он не способен адекватно оценить. Таким образом, мы сталкиваемся с понятием ассиметричной информации. Выделим факторы, определяющие ассиметричность информации, которые в дальнейшем рассмотрим более детально.

При подписании инвестиционного соглашения асимметрия информации возникает в том случае, если реципиент имеет возможность использовать какую-либо информацию для

получения дополнительного дохода за счет инвестора и характеризуется следующими признаками:

1. реципиент нарушает условия соглашения, скрывая информацию о характеристиках и истинных доходах проекта;
2. инвестор не располагает достаточной необходимой информацией или не может контролировать реципиента, чтобы избежать обмана.

Для получения требуемого уровня в сложившихся условиях асимметричной информации, инвестор вынужден назначить ставку процента, равную:

$$(1+r)I = \alpha_s(1+r_I)I$$

$$1+r_I = \frac{(1+r)}{\alpha_s}, \text{ где} \quad (2)$$

α_s - вероятность успешной реализации проекта, предполагаемая инвестором;

r_I - ставка процента по инвестиционному соглашению.

При этом ожидаемый доход инвестора составит:

$$EI_I = \alpha_s(1+r_I)I, \text{ где} \quad (3)$$

EI_I - ожидаемый доход инвестора.

Ожидаемая доходность инвестиционного проекта, соответственно, может быть посчитана по следующей формуле:

$$EV = \alpha_s CF_s + \alpha_f CF_f, \text{ где} \quad (4)$$

EV - ожидаемая доходность инвестиционного проекта

α_s - вероятность успешного исхода инвестиционного проекта;

α_f - вероятность неудачной реализации инвестиционного проекта. Причем:

$$\alpha_s + \alpha_f = 1 \quad (5)$$

CF_s – денежный поток по инвестиционному проекту в случае удачного завершения данного проекта;

CF_f – денежный поток по инвестиционному проекту в случае, если проект потерпит неудачу. Как правило, такому денежному потоку присуще нулевое значение, в результате чего формула видоизменяется следующим образом:

$$EV = \alpha_s CF_s \quad (6)$$

Учитывая, что в сложившихся условиях асимметричной информации рынка реципиент не планирует привлекать собственные ресурсы для финансирования проекта, он согласится на участие в нем только в случае, если будет уверен, что получит некоторую положительную прибыль с вероятностью α_s :

$$EI_R = \alpha_s [CF_s - (1+r_I)I]$$

$$= \alpha_s CF_s - \alpha_s (1+r_I)I$$

$$= EV - \alpha_s (1+r_I)I, \text{ где} \quad (7)$$

EI_R - ожидаемая прибыль реципиента.

Учитывая вышеприведенную формулу расчета ожидаемого дохода инвестора, мы можем предположить, что ожидаемая доходность по проекту полностью распределяется между прибылью реципиента и доходом инвестора. Данное утверждение тем самым подтверждает наличие потенциального конфликта, который кроется в отношениях инвестора и реципиента за право обладания большей частью ожидаемой доходности по инвестиционному проекту:

$$EI_R + EI_I = EV \quad (8)$$

Как уже было отмечено, в условиях асимметричной информации рынка реципиент скрывает от инвестора истинный уровень риска и завышает тем самым вероятность успешной реализации проекта ($\alpha'_s > \alpha_s$). Благодаря искажению информации о реальной доходности проекта, реципиент имеет возможность в условиях асимметричной информации рынка получить большую часть ожидаемой доходности проекта, чем ту, которую он имел бы в условиях рынка с симметричной информацией.

Ожидаемая прибыль реципиента с учетом сокрытия им от инвестора истинного уровня вероятности успешной реализации проекта и полученного нами ранее расчетного значения процентной ставки, назначаемой инвестором в условиях асимметрии информации рынка в зависимости от предполагаемого им уровня вероятности успешной реализации проекта, может быть рассчитана следующим образом:

$$\begin{aligned} EI_R &= \alpha_s [CF_s - (1+r)I] \\ &= \alpha_s \left[CF_s - \frac{(1+r)}{\alpha'_s} I \right] \\ &= \alpha_s CF_s - \frac{\alpha_s}{\alpha'_s} (1+r)I \\ &= EV - \frac{\alpha_s}{\alpha'_s} (1+r)I \quad (9) \end{aligned}$$

Так как инвестор сам определяет величину процентной ставки по инвестиционному соглашению в зависимости от уровня предполагаемой вероятности успешной реализации проекта (α_s), а реципиент, располагая более точными сведениями о возможностях реализации инвестиционного проекта и стараясь скрыть истинный уровень рискованности

проекта, завышает его значение до уровня α'_s , следовательно коэффициент $\frac{\alpha_s}{\alpha'_s}$ может быть использован с целью измерения уровня асимметричности информации. В результате возникает следующая зависимость: чем ниже данный показатель, тем большую прибыль получит реципиент за счет средств инвестора.

Для сравнения: в случае, если на рынке отсутствует асимметрия информации, объявленная реципиентом вероятность успешного выполнения рассматриваемого проекта полностью соответствует своему реальному значению и ожидаемая прибыль реципиента соответственно составляет:

$$EI_R = EV - (1+r)I \quad (10)$$

Таким образом, при наличии асимметричной информации реципиент присваивает себе в виде дополнительной прибыли часть ожидаемой доходности проекта, которая

относится к ожидаемому доходу инвестора. В условиях информационного равенства прибыль реципиента намного меньше той, которую он получает на рынке с асимметричной информацией. Следовательно, асимметрия играет на руку реципиенту и него появляется определенный стимул использовать данное информационное преимущество.

Формы проявления асимметрии информации

Асимметричная информация на рынке может проявляться в одной из трех форм: негативный отбор, недобросовестное поведение, издержки контроля. Негативный отбор как форма проявления асимметричной информации связан, прежде всего, со скрытой информацией, в то время как недобросовестное поведение и издержки контроля связаны со скрытыми действиями реципиента (рисунок 2).

Инвестор обычно имеет дело с *неблагоприятным отбором*, когда он, инвестируя средства, не в состоянии выявить различие между двумя проектами с различным уровнем риска. Из двух проектов с одинаковой ожидаемой доходностью, инвестор предпочитает менее рисковый, а реципиент – более рисковый проект. Из этого следует, что реципиент, пользуясь недостаточной информированностью инвестора и скрывая истинную природу проекта, предпочитает реализацию рискового проекта, выдавая его за менее рисковый или безрисковый. При отсутствии неблагоприятного отбора процентная ставка по рисковым проектам выше, чем по тем, где высока вероятность возврата инвестиционных ресурсов. В независимости от того, с каким проектом мы имеем дело, инвестор, назначая соответствующую процентную ставку, получит требуемую норму дохода r на каждую единицу инвестированных ресурсов, а реципиент получит оставшуюся часть от общей ожидаемой стоимости проекта. В условиях неблагоприятного отбора ситуация резко изменяется: для обоих проектов назначается одинаковая процентная ставка, которая рассчитывается как средняя между ставками при отсутствии неблагоприятного отбора. Ожидаемый доход инвестора по менее рисковому проекту выше, чем по более рисковому проекту. Величина требуемого уровня дохода будет достигнута как в результате реализации рискового проекта, так и безрискового. Следовательно, реципиент, предлагающий инвестору более рисковый проект получает большую прибыль в условиях несовершенной информации рынка в отличие от реципиента, предлагающего менее рисковый проект.

Под *недобросовестным поведением* понимается существующая для реципиента возможность использовать инвестированные средства не на те цели, которые были оговорены с инвестором, а по своему усмотрению, что становится возможным также вследствие информационного преимущества реципиента перед инвестором, который не в состоянии полностью проконтролировать действия контрагента.

Как и в случае с недобросовестным поведением, *издержки контроля* связаны со скрытыми действиями реципиента, который, используя свое информационное преимущество, пытается ввести инвестора в заблуждение, намеренно занижая уровень полученной прибыли. В этой ситуации инвестор, лишенный возможности непосредственно оценить реальный результат инвестиционного процесса, вынужден предпринимать активные действия по проверке реципиента каждый раз, когда тот пытается скрыть истинный результат. Действительно, в рамках инвестиционного соглашения за инвестором должно быть закреплено право проверки финансового состояния реципиента и реальной суммы денежных потоков, полученных им в рамках данного соглашения каждый раз, когда реципиент объявляет себя неплатежеспособным. Каждая подобная проверка подразумевает

наем квалифицированных специалистов – бухгалтеров, аудиторов, юристов и др. для того, чтобы они дали заключение об истинном положении дел и влечет за собой выплату вознаграждения вышеперечисленным специалистам за счет средств инвестора, которые относятся к разряду дополнительных издержек инвестора, снижают уровень его конечного дохода и называются издержками контроля.



Рисунок 2. Формы проявления асимметрии информации рынка

Источник: составлено автором

Неблагоприятный отбор, в отличие от недобросовестного поведения и издержек контроля, имеет место прежде чем инвестор заключит инвестиционное соглашение и инвестирует средства для реализации проекта, то есть на прединвестиционной стадии реализации проекта. В двух последних случаях асимметрия проявляется только после того, как реципиент получит в распоряжение инвестиционные ресурсы, то есть на стадии реализации инвестиционного проекта.

В случае с негативным отбором и издержками контроля реципиент предварительно выбирает один единственный проект и останавливается на нем, не пытаясь найти какой-либо другой вариант, в то время как проявление недобросовестного поведения предполагает, что реципиент все еще находится в процессе выбора между несколькими проектами, пытаясь найти наилучший способ вложения инвестированных ресурсов.

Итак, асимметрия информации и порождаемые ею эффекты присутствуют на всех рынках, только в одних случаях ее действие ничтожно, в других - весьма значительно. Это, прежде всего, зависит от специфики и уровня развития той или иной отрасли, наличия прочных внутривозрастных связей, развития вертикальной интеграции между предприятиями, поддержки информационных технологий и систем, позволяющих получать, обрабатывать необходимые объемы информации и принимать адекватные решения.

В связи с этим возникает необходимость разработки экономического механизма, направленного на снижение последствий асимметрии информации и повышение

эффективности функционирования рынков, в том числе и рынка инвестиций. Для достижения этой цели необходимо привлечение ресурсов рынка информационных услуг как фактора снижения асимметрии информации, что позволит повысить эффективность не только такого механизма, но также эффективность бизнес-процессов компаний и отраслей на всех рынках с асимметричной информацией.

Список литературы

1. Акерлоф Дж. Рынок «лимонов»: неопределенность качества и рыночный механизм/ В сб. THESIS. Вып. 5, 1994.
2. Антипина О.Н. Асимметрия информации // Вестник МГУ. Сер. 6. Экономика. – 2003. – № 2. – С. 110-118.
3. Виленский П.Л., Лившиц В.Н., Смоляк С. А. Оценка эффективности инвестиционных проектов. - М.: Изд-во «Дело», 2008.
4. Гиляревский Р.С. Информационный рынок в России. – М.: ВИНТИ, 2007 – 292 с.
5. Гранатуров В.М. Экономический риск: сущность, методы измерения, пути снижения. – М.: Изд-во «Дело и Сервис», 2008. – 158 с.
6. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура. – М.: ВШЭ, 2006. – 608 с.
7. Дальгрэн Л. Вопреки абсурду. Как я покорял Россию, а она – меня. Воспоминания бывшего генерального директора ИКЕА в России. – М.: Изд-во Юнайтед Пресс, 2010. – 240 с.
8. Посталюк М.П. Инновационные отношения в экономической системе: теория, методология и практика. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2006. – 420 с.
9. Шкалаберда Я.Л. Асимметрия информации в рыночной системе хозяйствования. Автореф. дисс. канд. эконом. наук. – М., 2007. – 31 с.
10. Ross S. Uses, Abuses and Alternatives to Net Present Values Rule // Financial Management. V. 24. - №5. - 2012.

ASYMMETRY OF INFORMATION IN THE MARKET OF INVESTMENTS: CONTENTS AND FORMS OF ITS MANIFESTATION

Samuseva Tatyana Valentinovna,

Peoples' Friendship University of Russia
117198, Moscow, Miklukho-Maklaya str., 6

In the article "information" is considered as one of major factors of modern market structures. It is analyzed asymmetry of its manifestation at all stages of implementation of the investment project. The assessment of concrete forms of manifestation of asymmetry of information in relationship of the enterprise customer and the investor is carried out.

Key words: symmetric information, asymmetry of information, form of manifestation of information, investment projects, investment resources, investment risks.

JEL codes: A 220, E440, G 310