

## Обратен подбор (*Adverse Selection*)

Представете си един пазар, на който се търгуват стоки с неизвестно (или отчасти неизвестно) за купувачите качество. Някои стоки са с по-високо качество, а други – с по-ниско, но купувачите не знаят кои точно са по-качествените стоки. За купувачите единствено е известно средното качество на този пазар. Ако имаше *перфектна информация*, т.е. всички знаеха коя стока с какво качество е точно, по-качествените стоки щяха да се разменят на по-високи цени от по-нискокачествените. При неперфектна информация обаче, когато за всички стоки се знае еднакво малко и те не могат да бъдат качествено разграничени, е възможно да има една, а не няколко, цени. Вероятно тази цена ще бъде по-ниска отколкото би била цената на по-качествените стоки при перфектна информация. Тогава някои продавачи на качествени стоки няма да участват изобщо в търговията и на пазара ще останат главно тези, които предлагат нискокачествени стоки. Това е обратният подбор на пазара.

За конкретен пример може да послужи пазарът на автомобили втора ръка от една и съща марка, еднакъв модел и еднакви видими характеристики. Все пак колите имат много разлики, които остават невидими за купувачите. Затова има шанс (но не е задължително това да се случи) за обратен подбор, който ще измести по-качествените коли от пазара. Друг пример може да е пазара на труда, на който различните работници имат различна производителност, която става известна едва когато бъдат назначени. А за да бъдат назначени, трябва да бъде установена средна за пазара заплата, която може да демотивира по-производителните работници. Особено показателен пример е пазарът на риск (застрахователният и осигурителният пазар), където продавачите на риск знаят по-добре от купувачите (застрахователите) каква е вероятността някакво събитие да им се случи.