

Adverse Selection, Moral Hazard and Entry

Anthony Creane

September 1995

Abstract

In this paper I introduce entry with downward sloping demand, and endogeneity to signaling models with unknown and exogenous quality. Firms are small, but not atomistic. Both luck and effort determine the quality of a new product. A downward sloping demand plays a key role in adverse selection and moral hazard models by affecting current and future prices, and, hence, returns. The use of probabilistic success and uncertain quality also introduces a new interpretation to R&D models. I find that entry determines whether the equilibrium price is a separating or pooling price; weaker assumptions than in previous models for sales to occur; that there can be ex post and ex ante positive profits; that learning which firms are of high quality makes consumers worse off; that subsidizing investment can raise welfare even though high quality firms earn negative returns; and that too little entry occurs in both a constrained and unconstrained Pareto optimal sense. Using, instead, atomistic firms, no sales may occur if there is an observable action correlated with quality, yet sales occur if this action cannot be taken.

Abstrakt

V tomto článku zavádím vstup s klesající poptávkovou křivkou a endogenitou do signálních modelů s neznámou a exogenní kvalitou. Firmy jsou malé, ale ne atomistické. Kvalita nového produktu je určena jak šťastnou náhodou, tak úsilím. Klíčová úloha klesající poptávky v adverzní selekci a modelech morálního rizika spočívá v tom, že ovlivňuje současné a budoucí ceny, a proto i výnosy. Použití pravděpodobnostního úspěchu a nejisté kvality představuje také novou interpretaci R&D modelů. Zjišťuji, že vstup určuje, zda rovnovážná cena je oddělovací nebo sdružující; že se pro prodeje vyskytují slabší předpoklady než v přecházejících modelech; že zde mohou být ex ante a ex post kladné zisky; že učící se firmy vysoké kvality působí spotřebitelům újmu; že subvencovaná investice může zvýšit blahobyť, i když vysoce kvalitní firmy získávají záporné výnosy; a že v případě jak omezeného, tak i neomezeného Pareto-optimálního významu dochází k příliš malému vstupu. Použijeme-li místo toho atomistické firmy, nedojde k žádným prodejům, jestliže je zde pozorovatelná akce korelovaná s kvalitou. K prodejům nicméně dochází, jestliže taková akce nemůže být provedena.