

Проблема взаимоотношений принципала и агента в корпоративном управлении

Юсупов Р.Г.,

студент факультета «Менеджмент»,
ФГОБУ ВО «Финансовый университет
при Правительстве РФ», г. Москва

Yusupov R.G.,

student of the faculty of "Management"
FGOBU VO "Financial university under
the Government of Russian Federation, Moscow

Научный руководитель:

Щербаченко П.С.,

к.э.н. кафедры «Корпоративное управление»
ФГОБУ ВО «Финансовый университет
при Правительстве РФ», г. Москва

Scientific adviser: Shcherbachenko P.S.,
Ph.D. Department of "Corporate Governance",
FGIBU VO "Financial University under the Government
of the Russian Federation", Moscow

Аннотация: в данной статье будет рассмотрена проблема, возникающая в большинстве крупных корпораций, являющаяся наиболее актуальной на сегодняшний день. Тем более сейчас возникает множество вопросов и проблем, которые связаны с управлением в компании, и менеджмент развивается стремительно. Цель статьи – подробное описание данной проблемы и рассмотрение её с разных сторон.

Ключевые слова: агентская проблема, информационная асимметрия, оппортунизм, оппортунистическое поведение, принципал, агент, агентские издержки.

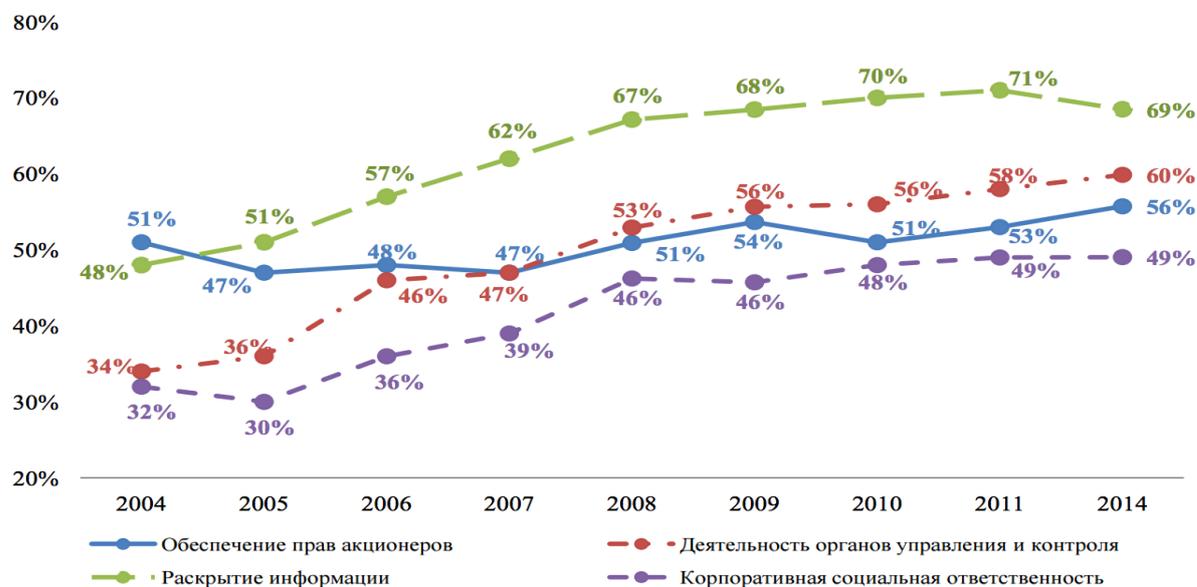
THE PROBLEM OF THE RELATIONSHIP OF THE PRINCIPAL AND AGENT IN CORPORATE GOVERNANCE

Annotation: This article will consider the problem that arises in the most of large corporations, and is the most relevant to date. Especially now there are a lot of questions and problems that are related to management in the company and, management is developing rapidly. The purpose of the article is a detailed description of this problem and its consideration from different angles.

Keywords: agency problem, information asymmetry, opportunism, opportunistic behavior, the principal, agent, agency costs.

Процесс трансформации российской экономики, начавшийся в 1990-е гг., привел к возникновению ориентированного на рынок корпоративного сектора, в российской системе корпоративного управления были созданы крупные, но нельзя сказать, что крайне эффективные частные корпорации. Говоря о российской системе корпоративного управления, следует отметить, что она еще только формируется, и, если сравнивать ее с зарубежными конкурентами, мы можем сказать, что российские организации менее эффективны и инвестиционно привлекательны. Однако следует отметить, что ключевое значение для российского корпоративного сектора имеет государство, выступающее как акционер ряда компаний, оказывая поддержку

некоторым крупным корпорациям, которые имеют стратегическое значение для экономики страны. Большое влияние на изменение российской системы корпоративного управления произвел мировой финансовый и экономический кризис, который приведет как к позитивным, так и к негативным изменениям в российской бизнес-практике. Также следует отметить и наличие положительной динамики в вопросе роста качества российского корпоративного управления, расширения использования российскими корпорациями передовых инструментов (см. рис.).



Тенденции развития российской практики корпоративного управления в 2004 – 2014 гг.¹

Примечание: на рис. указывается доля внедренных рекомендаций в сфере корпоративного управления в целом по выборке (150 компаний).

Но в то же время российская система корпоративного управления имеет ряд особенностей:

- высокая концентрация собственности и контроля,
- низкая эффективность иностранных активов крупных корпораций,
- личное управление фирмой собственником,
- ключевая роль при ведении бизнеса значения неформальных отношений и связей,
- превалирование заемного финансирования корпоративных проектов,
- высокая корпоративная интеграции и ведущая роль интегрированных бизнес-групп.

Современное состояние российской экономики можно охарактеризовать как быстроразвивающаяся и быстроменяющаяся среда, в которой российские предприятия сталкиваются с рядом проблем. Одной из таких проблем, наиболее актуальных, является агентская проблема, проблема взаимоотношений собственника и менеджера. Она влечет за собой такие последствия, как информационная асимметрия и оппортунистическое поведение. В сущности, агентская проблема возникает тогда, когда собственник (принципал) уходит от дел и оставляет управление наемному управленцу (агенту).

Попросту говоря, агент начинает действовать в своих интересах, противоречащих интересам собственника, что приводит к проблемам морального риска и конфликту интересов. Такая ситуация возникает

¹ РИД / Исследование практики корпоративного управления в России: сравнительный анализ по итогам 2004 - 2014 гг.

вследствие того, что у каждого свои цели, у собственника только одна цель – это достижение максимальной прибыли. А менеджер, в свою очередь, желает престижа, роскоши и просто спокойного существования. В действительности происходит деление собственности на разные компоненты: между владением, которое реализуется за счет покупки и продажи ценных бумаг и получением дивидендов, и распоряжением, которое проявляется в текущем функционировании организации. Причем за принципом организации функция владения остается, а за агентами, особенно высшего звена, остается только распоряжение компанией.

К углублению разлада в интересах собственника и менеджера приводит асимметрия информации. Это означает, что агент имеет преимущество в использовании информации, чего нет у собственника, и поэтому агент имеет возможность применять данную ему информацию для личных целей, а не в целях компании собственника. Лучшее понимание положения компании изнутри, чем собственников-принципалов извне, приводит к высокой степени асимметрии информации. Собственник не в состоянии понять, из-за чего ухудшилась ситуация в организации: из-за плохой работы управленца или же по объективным причинам. Когда менеджер оценивает и понимает свое положение в компании на фундаментальном уровне, возникает такой термин, как оппортунизм, или оппортунистическое поведение.

Оппортунизм – это неограниченное стремление агентов к удовлетворению личных интересов за счет организации в ущерб интересам собственников-принципалов. Рассмотрим оппортунистическое поведение на примере обычной ситуации в мастерской. Допустим, человек, то есть собственник (принципал), отдает свой автомобиль на обслуживание ТО механику, то есть менеджеру (агенту). Этот агент знает больше, чем принципал в ситуации с его машиной и поэтому он имеет возможность исказить информацию и взимать плату по своему усмотрению. То же самое можно наблюдать и в крупных корпорациях, а иногда даже оппортунистическое поведение принимает форму вымогательства или шантажа, когда становится явной роль тех членов команды, которых заменить другими нельзя.

Применяя свои условные сильные стороны, эти участники команды имеют возможность потребовать для своего же блага особой оплаты или условий работы путем шантажа других, угрожая выйти из команды. Также существует такое понятие, как агентские издержки. Это потери, понесенные компанией из-за конфликта интересов собственника и менеджера. Рассматривая это явление со стороны терминологии, такие потери являются «издержками», а не «расходами» и «затратами».

В. Ковалев определил, что, «затраты есть выплаченные либо подлежащие выплате активы, кроме денег»; «расходы есть начисления или затраты, которые списаны в текущем временном цикле для обнаружения финального финансового результата». Касательно издержек, В. Ковалев определяет их как синоним затрат, но с определенными различиями: «Помимо затрат, имеющих стоимостную оценку, издержки включают также и негативные последствия, стоимостная оценка которых может отсутствовать вообще или быть только субъективной».

Различают два вида агентских издержек, они бывают прямые и косвенные. Прямые агентские издержки – это издержки контроля и самоограничения. Пример издержек контроля – это когда появляются затраты на содержание и проведение общего собрания акционеров и совета директоров. А примером издержек самоограничения могут быть затраты на проведение внутреннего аудита в компании, на страхование рисков и т.д. Касательно косвенных агентских издержек – это потери доходов из-за недостаточного совершенства контроля над действиями агентов и неполноты контрактов. К таким издержкам могут быть отнесены издержки расхождения, то есть издержки упущенных возможностей, являющиеся следствием оппортунистических устремлений менеджеров, а также конфликта интересов участников корпорации. Агентские издержки не только вредят корпорации и ее акционерам, но еще и наносят колоссальный вред экономическому сообществу в целом. «Агентские издержки общества» проявляются в тех

колоссальных потерях, которые несет общество из-за краха крупных организаций. Эти «издержки общества» относятся к агентским издержкам, потому что они – это прямое следствие финансовых афер управленцев организаций. Злоупотребления менеджмента, фальсификация финансовой отчетности компании, завышение доходов – все это приводит к банкротству даже крупных мировых корпораций.

Чтобы лучше разобраться в многообразии различных форм договорных взаимоотношений, нужно исследовать агентские издержки в разных компаниях. Открытые акционерные общества, частные организации, кооперативы, малоприбыльные компании можно различить по способу нахождения баланса между выгодами от разделения собственности и управления агентскими издержками. При выборе организационной структуры использовался анализ агентских издержек. Также он использовался при рассмотрении определяющих факторов структуры капитала организации, условий выпуска корпоративных облигаций, факторов, которые определяют лизинговую и франчайзинговую политику организации, а также стимулов развития иерархических структур внутри компании. Анализ агентских издержек также сыграл важную роль в развитии позитивистской теории бухгалтерского учета.

Существует множество способов решения этой проблемы, рассмотрим наиболее эффективные из них. Поставить агента на место принципала, то есть выделить ему часть собственности организации, вследствие этого менеджер будет напрямую зависеть от благосостояния компании. Следующий способ – это организовать соревнования между агентами. Давать вознаграждение за относительные результаты, а не за абсолютные. За счет этого у агентов обеспечивается самоконтроль друг за другом, грубо говоря, каждый друг друга контролирует, тем самым помогая организации стремительно развиваться. Основной вопрос в разрешении проблемы – создание системы эффективных форм организации и стимулов для обеспечения мотивации у менеджера, то есть заинтересованность агента в развитии и росте организации, тем самым обеспечивая свое благосостояние.

Исходя из вышесказанного, можно говорить о том, что цель менеджера ограничивается границами целей и интересов собственника. Лучшим управленцем будет считаться тот, который считает свои интересы равными интересам собственника. Сущность этой проблемы заключается в конфликте интересов между менеджером и собственником.

Сама проблема между собственником и менеджером выражается в том, что существует угроза пренебрежением информации и ее сокрытие от принципала, что вводит его в заблуждение. Основной проблемой является угроза асимметрии информации. Разные интересы у агента и принципала способствуют этому. Несовместимость интересов принимает вид конфликта из-за невозможности осуществления принципалом полного контроля над всеми решениями и действиями агента. Для решения этой проблемы предлагается множество способов, таких, как:

- организация как команда управленцев, каждый из которых по очереди становится на место собственника, и возникает заинтересованность и доверие;
- агент участвует в получении прибыли организации. Выделить ему долю от остаточного дохода;
- организация соревнования между агентами. Вознаграждаются только относительные результаты, а не абсолютные. У менеджеров обеспечивается самоконтроль друг за другом.

Главный вопрос в разрешении этой проблемы – это создание системы эффективных видов мотивации и стимулов. Это значит, что деятельность компании неминуемо ставит вопрос об оппортунистическом поведении менеджера на основании уникальной информации, которая у него имеется. Именно поэтому проблему собственника и агента принято считать частным явлением состояния морального

риска: то есть собственник будет страховщиком от «естественных» рисков, а менеджер – субъекта, который не раскрывает ему релевантную и значительно важную информацию о клиенте. Основной вопрос в данном случае относится к системе стимулов, которые способствуют или, наоборот, мешают распространению наиболее точной и правильной информации менеджером. Обычно распространению правильной информации на рынке способствует конкуренция. В ином случае взаимоотношений принципала и агента, наоборот, перспективы оппортунизма и асимметрия информации развивают манипулирование агентом принципала. Ответственность у принципала и агента в управлении одинакова. Ответственность у собственника как у члена целостной системы управления бизнесом выражается в формулировке задач и целей, доведении своего понимания задач и целей до менеджера, избавлении менеджера от монополии на информацию, проведении контроля, который не отвлекает внимание исполнителя, и в справедливом вознаграждении агента.

Список литературы:

1. *Гринберг Дж., Бэйрон Р.* Организационное поведение от теории к практике. – М.: Вершина, 2012.
2. *Густей, Е.М.* Системный подход к корпоративному управлению: от классики к современности [Текст] / Е.М. Густей, С.В. Тихонов // Экономика и предпринимательство. 2014. № 9 (50). С. 976-980.
3. *Леванова, Л. Н.* Понятие системы корпоративного управления и основы ее формирования [Текст] / Л. Н. Леванова // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Экономика. Управление. Право. 2014. Т. 14, вып. 2, ч. 1. С. 308-312.
4. *Леванова, Л.Н.* Инновации в корпоративном управлении в России [Текст] / Л. Н. Леванова // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. 2015. Т. 15. № 4. С. 405-411.
5. Российский институт директоров (РИД) Исследование практики корпоративного управления в России: сравнительный анализ по итогам 2004 - 2014 гг. [Электронный ресурс] URL: <http://rid.ru/wpcontent/uploads/2016/04.pdf> (Дата обращения: 08.01.2017)
6. *Семенов, А. С.* В России появился новый Кодекс корпоративного управления [Текст] / А.С. Семенов // Акционерное общество: вопросы корпоративного управления. 2014. № 6 (121). С. 55–60.
7. *Гуриев С.* Конспекты лекций по теории контрактов / С. Гуриев. — К.: РЭШ, 2011.
8. *Дж. Акерлоф.* «Рынок лимонов».
9. *Веблен Т.* «Теория делового предприятия». – К., 2013.
10. <http://www.investopedia.com/terms/p/principal-agent-problem.asp>