доверяй, но проверяй

причины возникновения и управленческие методы преодоления оппортунизма в современном предпринимательстве

Одной из основных предпосылок эффективной предпринимательской деятельности является добросовестное партнерское взаимодействие участников бизнеса. Исследования показывают, что оппортунистическое поведение партнеров (лживые обещания, нарушение договоров, передача информации в третьи руки) является важнейшей причиной кризисов в деловых отношениях[1]. Руководству любого предприятия необходимо создавать условия, ограничивающие оппортунизм, т.е. возможности использования ресурсов фирмы в личных интересах, приводящие к ущербу общему делу.

Макаров А. М.
канд. экон. наук, завлабораторией развития экономического образования Института Экономики и Управлениям Удмуртского госуниверситета

Проблема партнерского взаимодействия участников бизнеса особенно актуальна для России - не только по причине общеизвестных корпоративных конфликтов и неразвитости системных ограничителей оппортунизма (фондового рынка, правовых институтов), но и потому, что высокий уровень оппортунизма тормозит профессионализацию менеджмента. Так как российским предприятиям невыгодно демонстрировать свою прибыльность, они информационно непрозрачны; в этих условиях квалифицированный менеджер способен присвоить дело. В результате собственники не спешат расставаться с ролью топ-менеджеров, хотя по своей природе предприниматель и менеджер – разные психологические типы, и требования к ним различаются.

Оппортунизм в предпринимательстве классифицируется по различным признакам[2]:

- по отношению к границам предприятия,
- ко времени заключения контракта,
- по характеру оппортунистических намерений и т.д.

Во-первых, выделяют оппортунизм внутри предприятия и во внешних трансакциях. В рыночных трансакциях оппортунизм проявляется в сокрытии неявных качеств своего предложения, недобросовестном распоряжении доверенной собственностью, использовании своей сильной позиции в ущерб партнерам с нарушением договоренностей, в нарушении конкурентного законодательства или картельных соглашений и т.д.

Во-вторых, оппортунизм может быть злонамеренным и незлонамеренным. В первом случае налицо явный ущерб для предприятия (воровство, отлынивание от работы, сознательный обман партнеров и т.д.). Во втором случае речь идет, например, о высоком риске принимаемых решений, которые могут в принципе трактоваться в русле интересов фирмы, но на деле скорее связаны с потерями для нее.

В-третьих, существует оппортунизм до и после заключения контракта. В первом случае оппортунистически ведущая себя сторона преувеличивает свои возможности по выполнению предмета контракта, во втором – использует полученный доступ к ресурсам предприятия в личных интересах. Например, оппортунистическое поведение менеджеров после заключения трудового контракта проявляется в виде избыточных представительских расходов, расширения операций за пределы оптимальности, а также в форме сопротивления поглощениям в личных целях. Оппортунизм рядовых работников – это, прежде всего, отлынивание: при повременной оплате распространено отлынивание от исполнения работы, при сдельной – ухудшение качества производимой продукции.

немаловажную роль в стимулировании оппортунизма играет низкий уровень общественного доверия

Причины оппортунистических действий.

Объективные корни оппортунизма заключаются в разделении труда, неопределенности

доверительный управляющий

ситуации, ограниченной рациональности экономических субъектов и их склонности к оппортунизму. Немаловажную роль в стимулировании оппортунизма играет низкий уровень общественного доверия. Рассмотрим некоторые объективные факторы оппортунизма подробнее.

уровень оппортунизма тормозит профессионализацию менеджмента

Во-первых, с ростом разделения труда и отделением собственности от управления обостряется проблема обезличивания ответственности за конечный результат; устранение собственников от руководства компаниями ведет к появлению предприятий, которые живут своей жизнью, как будто не принадлежат никому.

Во-вторых, оппортунистическое поведение зависит от характера распределения информации между участниками бизнеса. В случае, если одна из сторон знает больше (т.е. возникает информационная асимметрия), она приобретает стимул к оппортунизму[3].

В-третьих, при отсутствии эффективных правовых институтов, гарантирующих права собственности, оппортунистическое поведение практически неизбежно. Так, в России быстрая приватизация без создания соответствующей инфраструктуры управления стала стимулом к перераспределению доходов и собственности в ущерб государству, работникам и мелким акционерам. В условиях нестабильности собственники буквально вынуждались к краткосрочному исчерпанию своих фирм.

В-четвертых, угроза оппортунизма связана с наличием специфических инвестиций, т.е. инвестиций, теряющих свою стоимость при прекращении деловых отношений, в обеспечение которых они были сделаны. Сюда относятся затраты на поиск решений, улучшающих выполнение совместных предприятиями, на развитие специфических ноу-хау, приобретение специализированного оборудования и обучение персонала, на формирование доверия и репутации, а также затраты, окупаемость которых зависит от соблюдения определенных временных параметров. В слу-

чае, если одна из сторон сделала специфические инвестиции, а другая – нет, вторая сторона может попытаться эксплуатировать первую, перераспределять в свою пользу ренту, которая возникает как раз по причине специфичности инвестиций.

Склонность экономического агента использовать возможности для оппортунистического поведения зависит от того, насколько высоко он оценивает выгодность кооперации по сравнению с выгодами оппортунизма. На оценку выгодности добросовестного поведения влияют:

- *неотвратимость и жесткость наказания* за оппортунистическое поведение - штрафа, исключения из кооперации или общего перехода к некооперативному поведению;
- *размер выигрыша от кооперации* в сопоставлении с выигрышем других партнеров. Известно, что особую склонность к оппортунизму проявляют «малые» партнеры, которые получают от кооперации и теряют при ее разрыве меньше, чем крупные;
- *ожидаемая продолжительность взаимодействия*. Хорошо известен эффект «конца игры», когда партнеры начинают нарушать свои обязательства на последних этапах проекта. Препятствием к оппортунизму в данном случае является бесконечность или, по крайней мере, неизвестное сторонам количество повторений игры;
- *коэффициент дисконтирования* (обесценивания) будущих результатов. Если он высок, то длительная кооперация невозможна;
- *доля оппортунистов*. Оппортунист будет выигрывать, пока у него не появится много последователей; чем больше оппортунистов, тем меньше уверенность, что партнер также не окажется таким, и меньше доля прибыли, которая достается каждому оппортунисту. Впрочем, несмотря на то, что выигрыш конкретного оппортуниста при росте их доли снижается, общие стимулы к оппортунистическому поведению в этом случае растут – вплоть до того, что кооперативное поведение начинает казаться глупостью:

особую склонность к оппортунизму проявляют "малые" партнеры

- уровень общественного доверия, характерный для конкретной культуры. По словам Ф. Фукуямы, «доверие есть возникающее в рамках определенного сообщества ожидание того, что все члены данного сообщества будут вести себя нормально и честно, проявляя готовность к взаимопомощи в соответствии с общепринятыми нормами»[4].

оппортунистическое поведение зависит от характера распределения информации между участниками бизнеса

Возрастание угрозы оппортунизма в современных условиях.

Проблема оппортунизма в управлении предприятиями в современных условиях приобретает особую остроту как в России, так и за рубежом. Подтверждением этому служат не только громкие скандалы вокруг поведения менеджеров крупных компаний в постиндустриальных странах, но и развивающийся в этих государствах кризис общественного доверия.

Во-первых, становление информационной экономики открыло невиданные ранее просторы для оппортунистических действий – во многом потому, что старые проверенные критерии экономической «добросовестности» оказались размыты.

Во-вторых, в результате глобализации происходит быстрое изменение социальных связей, культурная идентичность работников предприятий размывается, происходит потеря самоидентификации менеджеров**.** Несмотря на все декларации об ориентации на клиентов, менеджеры все меньше понимают, для кого они работают – для каких потребителей, для какого предприятия.

В третьих, с развитием фондовых рынков продолжается процесс обезличивания собственности и отрыва собственности от управления. Фирмы подчинены интересам фондовых менеджеров, инвестирующих не в предприятия, а в акции и при повороте фондового рынка уничтожающих ценность предприятия.

В-четвертых, важная причина усиления оппортунизма – рост сложности труда и образованности работников. Работники лучше

доверяй, но проверяй

понимают пространство своих действий, их деятельность контролируется труднее, люди начинают анализировать расхождение собственных целей и целей предприятия. Определение реального вклада конкретного работника становится проблемой.

В-пятых, снижение подконтрольности персонала связано также с распространением собственности работников на материальные условия производства. На предприятиях сферы услуг, особенно информационных, нередко складывается ситуация, когда компания больше нуждается в работниках, чем они в ней; значительная, а порой и большая часть рыночной стоимости компании определяется интеллектуальным капиталом ее работников и поэтому не находится под прямым контролем руководства. В этих условиях ключевой проблемой организации становится обеспечение сплоченности сотрудников.

Makarov A.M.
The candidate of economic science
The head of laboratory of economic education development
State University of Economy and Management
Udmurt

Trust but try
Reasons for opportunism and management methods of its elimination

Conscientious partnership of business participants is one of basic preconditions for successful business activity. Researches show that opportunist partners' behavior (false promises, breach of the contract, disclosure of information) is one of the main reasons for partnership crises. The head of every company should create conditions to destroy opportunism, i.e. to find possibilities for using the company resources for private interests without prejudice of common cause.

1 См.:, например, Butzer-Strothmann, K. Krisen in Geschdftsbeziehungen. Wiesbaden: DUV, Gabler, 1999. - S. 242.

2 См.: Кузьминов Я.И., Юдкевич М.М. Институциональная экономика. – М.: Типогр. ГУ-ВШЭ, 2000.

3 Выделяются три вида асимметричного распределения информации между поручителем и исполнителем: hidden characteristics (скрытые до заключения контракта для заказчика неизменимые без дополнительных затрат свойства исполнителя или предлагаемых им товаров); hidden action und hidden information (заказчик не может оценивать или даже наблюдать действия поставщика, не знает, какая часть результата относится на его действия, в том числе и после заключения контракта); hidden intention (заказчик не знает, как будет вести себя поставщик в дальнейшем, насколько велик риск)

4 Фукуяма Ф. Доверие. Социальные добродетели и созидание благосостояния //Новая постиндустриальная волна на Западе / Под редакцией ВЛ. Иноземцева. - М.: Academia, 1999. - С. 134.