

The share of the IT sector in the list of the top 100 major taxpayers of the Republic of Armenia was considered and the volume of tax revenues from the IT sector to the state budget was calculated. The proposed approaches are aimed at supporting the IT sector of the Republic of Armenia in the short and long term. In the short term, it was proposed to provide subsidized loans to the IT sector, and in the long term, it would be advisable to implement the Engineering City project presented by the government.

ՍԱԹԵՆԻԿ ԳԵՎՈՐԳՅԱՆ

Տնտեսագիտություն,
բակալավորիա, 4-րդ կուրս

ՊՐԻՆՑԻՊԱԼ-ԱԳԵՆՏ ՄՈԴԵԼԻ ՀԻՄՆԱԽՆԴԻՐՆԵՐԸ՝ ՈՐՊԵՍ ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ԱՆԱՐԴՅՈՒՆԱՎԵՏՈՒԹՅԱՆ ՊԱՏՃԱՌՆԵՐ

Հիմնաբառեր. գործակալության տեսություն, ագենտ/գործակալ, պրինցիպալ, ասիմետրիկ տեղեկատվություն, նպատակների կոնֆլիկտ, գործակալության կորուստ, տնտեսական անարդյունավետություն

Պրինցիպալ-ագենտ մոդելը, ինչպես նաև գործակալության տեսությունը, մեկ միասնական հարթակում են համախմբում տնտեսագետներին, քաղաքագետներին, սոցիոլոգներին, իրավաբաններին և նույնիսկ մաթեմատիկոսներին: Թեմայի ընդգրկումն լինելու փաստից ելնելով՝ հոդվածի շրջանակներում անդրադարձ է կատարվել ագենտ-պրինցիպալ խնդիրների այն դրսևորումներին, որոնք առնչվում են տնտեսական և քաղաքական ոլորտներին, զգալի ազդեցություն են ունենում տնտեսության արդյունավետության վրա և խոչընդոտ են հանդիսանում տվյալ ոլորտի զարգացման համար: Հետազոտելով մի շարք հոդվածներ և աշխատություններ տնտեսական հիմնախնդիրների վերաբերյալ և ուսումնասիրելով առաջադրվող լուծման տարբերակները՝ հանգել ենք այն եզրակացության, որ հիմնախնդիրներն ամբողջովին լուծել, իհարկե, հնարավոր չէ, բայց կարող ենք նվազեցնել դրանց ազդեցությունը հասարակական և տնտեսական կյանքի վրա:

Ներածություն: Ներկայումս հասարակական հարաբերությունների շատ հիմնախնդիրներ այնպես են ներխուժել մեր առօրյա, որ երբեմն չենք գիտակցում դրանց խնդրահարույց լինելը, օրինակ՝ գործակալության տեսության՝ պրինցիպալի և ագենտի/գործակալի միջև խնդիրները: Ընդ որում, այս մասին խոսվել է՝ սկսած 1930-ական թվականներից, և այն արդիական է մինչ օրս: Գործակալության տեսության հիմնախնդիրներն արդիական են տնտեսական, սոցիալական, քաղաքական, ապահովագրական, իրավաբանական ոլորտներում, և, հետևաբար, հենց այս ոլորտի մասնագետներն են երկար ժամանակ անդրադարձել դրանց՝ փորձելով գտնել լուծումներ: Գործակալության թեորեմը դիադային հարաբերությունների մասին է, որտեղ մի կողմը (պրինցիպալը) լիազորում է մյուսին (գործակալին) գործել իր անունից կամ հանձնարարում է որոշակի աշխատանք: Ըստ իրավաբանների՝ իր ամե-

նապարզ ձևով գործակալության տեսությունը ենթադրում է, որ սոցիալական կյանքը պայմանագրերի շարք է:

Պրինցիպալ եզրույթը լատիներեն նշանակում է **վստահորդ**: Ազենտ-պրինցիպալ մոդելի հիմնախնդիրները հանգեցնում են այնպիսի բացասական տնտեսական երևույթների, ինչպիսիք են ռեսուրսների անարդյունավետ բաշխումը, ցածր արտադրողականությունը, վստահության նվազեցումը, որոնք էլ, իրենց հերթին, հանգեցնում են ամբողջ ոլորտի հանդեպ վստահության խաթարման և շուկայի ձախողման: Այս հոդվածի նպատակն է վերլուծել պրինցիպալ-ազենտ մոդելի հիմնախնդիրները, դրանց դրսևորումները ժամանակակից հասարակական հարաբերություններում և այդ կոնֆլիկտի լուծումները:

Գրականության ակնարկ: Գործակալության տեսությունը հիմնված է քաղաքական փիլիսոփայության հնագույն խնդիրներից մեկի վրա՝ հասկանալու «տիրոջ» (որին տրվում է որոշակի սոցիալական գործողությունների օրինական վերահսկողություն) և «ծառայի» (որը վերահսկում է այն տեղեկատվությունը, ինչով գործում է «տերը») հարաբերությունը¹: Բերլը և Մեանսը (1932) այս տեսությունը ներկայացրին ժամանակակից ֆիրմայի համատեքստում, որտեղ սեփականությունն ու կառավարումը բաժանված են: Իսկ արդեն 1976 թ. ամերիկացի տնտեսագետներ Մայքլ Ջենսենը և Ուիլյամ Մեքլինգը հիմնական գործակալի տեսությունը զարգացրին «ֆիրմայի տեսություն. կառավարման վարք, գործակալության ծախսեր և սեփականության կառուցվածքներ» հոդվածում և վերլուծեցին ամերիկյան խոշոր ընկերությունների կառավարման խնդիրները: Մտորումների կենտրոնում այն հարցն էր, թե ինչպես նվազեցնել աշխատակիցների ցանկությունը՝ ծախսելու ֆիրմայի նյութական միջոցները սեփական շահերի համար²: Նրանք խոսել են նաև տեղեկատվական անհամաչափության և անորոշության մասին, որն առաջացնում է կորպորատիվ կառավարման պրինցիպալ-ազենտ խնդիրը³: Նրանցից հետո այս տեսությունը զարգացրել է Էրրոուն: Ըստ Էրրոուի՝ տնտեսագիտական գրականությունը հիմնականում կենտրոնացած է (բայց ոչ բացառապես) այն դեպքի վրա, երբ (1) գործակալի գործողություններն ուղղակիորեն չեն դիտարկվում պրինցիպալի կողմից, և (2) արդյունքն ամբողջությամբ չի որոշվում գործակալի գործողությունների հիման վրա: Արդյունքը պատահական փոփոխական է, որի բաշխումը կախված է կատարված գործողություններից⁴: Իսկ Ալյանը և Դեմստեցը 1972 թ. անդրադարձել են այն հարցին, թե արդյոք մեկ պրինցիպալը կարող է ունենալ մի քանի ազենտ, ինչն ավելի է դժվարացնում պրինցիպալի գործը՝ արդյունքը գնահատելու հարցում⁵:

Մեթոդաբանություն: Հոդվածի համար հիմք է հանդիսացել գործակալության տեսությանը վերաբերող արտասահմանյան գրականությունը, կիրառվել և զուգակցվել են համանմանության, պատմական և տրամաբանա-

¹ tefan Linder, Nicolai J. Foss, in International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (Second Edition), 2015

² <https://www.investopedia.com/terms/p/principal-agent-problem.asp>

³ <https://www.wallstreetmojo.com/principal-agent-problem/>

⁴ Տե՛ս THE Economics of Agency, Kenneth J. Arrow, Stanford University:

⁵ Տե՛ս նույն տեղը, էջ 12:

կան, արտաժաման և մակաժաման մեթոդները: Հոդվածի տեղեկատվական հիմքը ոլորտի առանցքային հետազոտություններն ու աշխատություններն են:

Հետազոտության արդյունքներ և քննարկում: Ինչպես նշեցինք, գործակալության թեորեմը դիադային հարաբերությունների մասին է, որտեղ մի կողմը (պրինցիպալը) մյուս կողմին (գործակալին) լիազորում է գործել իր անունից կամ հանձնարարում է որոշակի աշխատանք¹: Պայմանականորեն, մի անդամը՝ ապրանքների կամ ծառայությունների «գնորդը», նշանակվում է «պրինցիպալ», իսկ մյուս անդամը, ով տրամադրում է ապրանքները կամ ծառայությունը, «գործակալ» է:

Այս տեսությունն ունի երկու ուղղություն՝ պոզիտիվ և պրինցիպալ-ազենտ հետազոտական: **Պոզիտիվիստական** հոսքն առավելապես նկարագրում է կառավարման մեխանիզմները, որոնք լուծում են գործակալության խնդիրը: Ջենսենը² ներկայացնում է, թե «ինչու են առաջանում որոշակի պայմանագրային հարաբերություններ»: Պոզիտիվիստական հոսքում ընդգծված են կառավարության մեխանիզմների վերաբերյալ երկու առաջարկներ: Առաջարկներից մեկն այն է, որ արդյունքի վրա հիմնված պայմանագրերն (outcome based) ավելի արդյունավետ են գործակալների պատեհապաշտությունը զսպելու համար: Փաստարկն այն է, որ նման պայմանագրերը միավորում են գործակալների և պրինցիպալի շահերը, քանի որ երկուսի համար էլ պարգևները կախված են նույն գործողություններից, և այս պայմանագրի դեպքում տնօրենի և գործակալի միջև սեփական շահերի բախումները կրճատվում են³: Երկրորդ առաջարկությունը մշտադիտարկմանն է վերաբերում, որը տեղեկացնում է պրինցիպալին այն մասին, թե ինչ է իրականում անում գործակալը: Պրինցիպալները, ամենայն հավանականությամբ, կզսպեն գործակալի պատեհապաշտությունը, քանի որ գործակալը կհասկանա, որ չի կարող մոլորեցնել պրինցիպալին:

Հետազոտությունից պարզ է դառնում, որ **պրինցիպալ-ազենտ** հետազոտողները մտահոգված են պրինցիպալ-գործակալ փոխհարաբերությունների ընդհանուր տեսությամբ, որը կարող է կիրառվել գործատու-աշխատող, իրավաբան-հաճախորդ, գնորդ-մատակարար, բժիշկ-պացիենտ, ընտրող-պատգամավոր և այլ գործակալական հարաբերություններում⁴: Այսինքն, ի հակադրություն պոզիտիվիստ ուղղության հետևորդների, որոնք կենտրոնացել են բացառապես խոշոր կորպորացիայի սեփականատեր/գործադիր տնօրեն հարաբերությունների հատուկ դեպքի վրա, պրինցիպալ-ազենտ հետազոտության հետևորդներն այս հարաբերություններում ներառում են ավելի շատ ստուգելի օրինակներ: Այս թեկ կողմնակիցները կարծում են, որ տնօրենը գնում է գործակալի վարքագիծը, հետևաբար պայմանագիրը, որը հիմնված է վարքագծի վրա (behavior based contract), ամենաարդյունավետն է: Նրանք պնդում են, որ արդյունքների վրա հիմնված պայմանագիրը ռիսկն անտեղի կփոխանցի գործակալին:

Չնայած պայմանագրի ձևի հետ կապված հակադրություններին՝ երկու կողմերը համակարծիք են պրինցիպալ-ազենտ հարաբերություններին վերա-

¹ <https://www.sciencedirect.com/topics/social-sciences/agency-theory>

² Տե՛ս Organization Theory and Methodology 1983, էջ 326:

³ Տե՛ս Agency Theory: An Assessment and Review, Kathleen M. Eisenhardt, Stanford University, էջ 59:

⁴ Տե՛ս նույն տեղը, էջ 61:

բերող խնդիրներում, որոնք են՝ ինֆորմացիայի ասիմետրիկությունը, նպատակների կոնֆլիկտը, բարոյական վտանգը (moral hazard), ռիսկի բաշխումը, արդյունքի անորոշությունը: Դրանց մասին խոսելու ենք հաջորդիվ:

Ուսումնասիրելով այս տեսությանը նվիրված գրականությունը՝ պարզեցինք, որ տարբեր ոլորտի մասնագետներ խոսել են հիմնականում այն խնդիրների մասին, որոնք ավելի սուր են արտահայտված իրենց ոլորտում, բայց քանի որ ուսումնասիրում ենք հասարակական հարաբերությունների ամբողջ համատեքստը, ապա այդ խնդիրները մակածության (ինդուլցիայի) մեթոդով հավաքագրել ենք ստորև:

Տեղեկատվական ասիմետրիկությունը ագենտ-պրինցիպալ խնդրում ամենակարևոր գործոններից է: Այդ անհամաչափությունը անհավասարակշռություն է երկու բանակցող կողմերի միջև՝ համապատասխան գործոնների և դետալների իմացության հարցում: Սովորաբար այդ անհավասարակշռությունը նշանակում է, որ ավելի շատ տեղեկատվություն ունեցող կողմը առավելություն է ստանում մյուս կողմի նկատմամբ¹: Ջորջ Աքերլոֆը **տեղեկատվական ասիմետրիա** եզրույթը ներկայացրել է 1970 թ. հրատարակված իր «Կիտրոնների շուկան. որակի անորոշություն և շուկայի մեխանիզմ» հոդվածում: Աքերլոֆը պնդում էր՝ քանի որ օգտագործված մեքենաներ գնողները ավելի պակաս տեղեկություն ունեն դրանց մասին, քան վաճառողները, ապա վերջիններս մոտիվացված են մարդկանց վաճառել միջինից ցածր որակի մեքենաներ: Միևնույն ժամանակ, քանի որ գնորդների մեծամասնությունը չի կարողանում լավ մեքենաները տարբերել վատերից (կիտրոնների), լավ մեքենաներ վաճառողները չեն կարողանում վաճառել դրանք իրենց արժեքով: Աքերլոֆն այս իրավիճակը անվանել է «կիտրոնի խնդիր»²: Էրրոուն տեղեկատվության ասիմետրիկությունը անվանում է «թաքնված տեղեկատվություն» (hidden information): Թաքնված տեղեկատվության խնդիրներում գործակալը որոշակի դիտարկում է արել, որը պրինցիպալը չի արել: Գործակալն օգտագործում է (և պետք է օգտագործի) այս դիտարկումը որոշումներ ընդունելիս, սակայն պրինցիպալը չի կարող ստուգել, թե արդյոք գործակալն օգտագործել է այս տեղեկություններն այնպես, որ լավագույնս ծառայի իր շահերին: Էրրոուն օրինակ է բերում պլանային տնտեսությունը, երբ կենտրոնական իշխանությունը տեղյակ չի լինում, թե ինչ են անում արտադրական ստորաբաժանումները³: Տեղեկատվության ասիմետրիան գրեթե բոլոր դեպքերում առավելություն է գործակալի համար, բայց կան դեպքեր, երբ հակառակն է, օրինակ՝ որոշ ռազմական իրավիճակներում, երբ գործակալը կատարում է որոշակի խնդիր, բայց միայն վերադասը հստակ գիտե, թե ինչու է այդ առաջադրանքը կատարվում⁴:

Նպատակների կոնֆլիկտը սերտ առնչություն ունի տեղեկատվական ասիմետրիկության խնդրի հետ: Տարածված օրինակ է հիվանդի (պրինցիպալ) և բժշկի (գործակալի) փոխհարաբերությունը, որն առաջ է քաշել Էվանսը: Հիվանդը և բժիշկը տարբեր նպատակներ ունեն. հիվանդը կցանկանա,

¹ <https://www.techtargget.com/whatis/definition/information-asymmetry>

² <https://viterbi-web.usc.edu/~shaddin/cs590fa13/papers/AkerlofMarketforLemons.pdf> էջ 489

³ Տե՛ս The Economics of Agency, Kenneth J. Arrow, Stanford University էջ 5:

⁴ Տե՛ս Principal-Agent Models: An Expansion?, Richard W. Waterman, Kenneth J. Meier, 1998, էջ 187:

որ իրեն առողջացնեն, բայց հնարավորինս քիչ վճարի: Բժիշկը շահագրգռված կլինի եկամտով՝ հետևաբար գայթակղվելով տրամադրել ավելի շատ բժշկական ծառայություններ, քան անհրաժեշտ է կամ գանձել ավելի բարձր գին, քան երաշխավորված է: Այս փոխանակման դեպքում հիվանդները գտնվում են անբարենպաստ վիճակում, քանի որ չեն կարող ուղղակիորեն գնահատել բժշկի կողմից մատուցվող ծառայությունները: Մի խոսքով, առկա է տեղեկատվական ասիմետրիա, որն առավելություն է բժշկի համար: Սա առաջացնում է ոլորտի հանդեպ անվստահություն, ինչը Հայաստանում բավականին արտահայտված է. մարդիկ բժշկի գնալուց առաջ ոլորտում փնտրում են «ծանոթներ», որպեսզի իրենց չխաբեն և այլն: Իսկ տնտեսական քաղաքականության մեջ պատեհապաշտություն է առաջանում, երբ քաղաքականություն վարողների նպատակները հակասում են հասարակության բարեկեցությանը: Քաղաքական գործիչները մակրոտնտեսական քաղաքականությունը ծառայեցնում են սեփական ընտրական նպատակներին: Եթե քաղաքացիները քվեարկում են ընտրությունների ժամանակ տիրող տնտեսական պայմանների հիման վրա, ապա քաղաքական գործիչները ընտրական տարիներին տնտեսությունը բարելավող քաղաքականություն վարելու դրդապատճառ ունեն, և, հետևաբար, նախօրոք միտումնավոր հայտարարում են իրենց ծրագրած տնտեսական միջոցառումների մասին, որպեսզի ներգործեն մասնավոր հատվածում տնտեսական գործակալների սպասումների վրա: Բայց հետագայում, երբ մասնավոր որոշում ընդունողներն իրենց գործողությունները կառուցում են ձևավորված սպասումների համաձայն, քաղաքական գործիչները հրաժարվում են իրենց խոստումներից: Սա հանգեցնում է բարոյական վտանգի, քաղաքականության հանդեպ անվստահության և քաղաքականություն իրականացնողների անհետևողականության:

Բարոյական վտանգը (moral hazard) վերաբերում է գործակալի ջանքերի պակասին: Փաստարկն այն է, որ գործակալը կարող է պարզապես չգործադրել համաձայնեցված ջանքեր: Այսինքն, գործակալը իր պարտականություններից խուսափում է: Օրինակ, բարոյական վտանգ է առաջանում, երբ Y-ը՝ գործակալը, մատնված է անգործության, և պատահական գործոններ X-ին զրկում են արդյունքից՝ եզրակացնելու, թե իրականում որքան ջանասեր է եղել Y-ը: Y-ը վատ արդյունքի համար կարող է մեղադրել ճակատագրին, այլ ոչ թե վատ աշխատանքին, և X-ը չի կարողանա պարզել՝ Y-ը ճիշտ է, թե՞ ստում է: Բարոյական վտանգը վերաբերում է նաև այն փաստին, որ մարդիկ կարող են այլ կերպ վարվել, երբ նրանք ապահովագրված են: Եթե Y-ը ծուլ է, ապա աշխատանքը կատարելու համար նրան պետք է խրախուսել: Ճակատագրի դեմ Y-ի ապահովագրությունը կարող է միայն թուլացնել այդ խթանը: Էրոոուն բարոյական վտանգը անվանում է «թաքնված գործողություն» (hidden action): Ըստ նրա՝ սա մեծ կապ ունի գործակալի ջանքերի հետ, որը պրինցիպալի համար արժեք ունի այն առումով, որ մեծացնում է բարենպաստ արդյունքի հավանականությունը (տեխնիկապես արդյունքի բաշխումը ավելի բարձր ջանքերի վրա ստոխաստիկորեն գերակշռում է ավելի ցածր ջանքերին): Էրոոուն նաև կարծում է, որ աղտոտվածության վերահսկման ժամանակ հասարակությունը կարող է դիտվել որպես պրինցիպալ, իսկ աղտոտողը, որի գործողությունները հնարավոր չէ ամբողջությամբ վե-

րահսկել, որպես գործակալ¹: Too Big To Fail-ը պրինցիպալ-գործակալ բարոյական վտանգի ևս մեկ օրինակ է: «Ձախողման համար չափազանց մեծ լինելու» գաղափարն այն է, որ որոշ ընկերություններ տնտեսության համար դառնում են այնքան նշանակալի և կարևոր, որ անկախ նրանից, թե ինչ են անում, կառավարությունը փրկում է նրանց: Այս իրավիճակը ստեղծում է բարոյական վտանգ, որտեղ գործակալները ոչ մի դրդապատճառ չունեն ճիշտ գործողություն կատարելու, քանի որ գիտեն, որ վերջում մեղքն իրենց վրա չի բարդվի: Դրա վառ օրինակներից է 2008 թ. ֆինանսական ճգնաժամը, երբ ամերիկյան կառավարությունը փրկեց տնտեսության մեծ խաղացողներին, ինչպիսիք են AIG-ը և JPMorgan Chase-ը, որոնք դաշնային կառավարությունից ստացել էին մոտ 100 միլիարդ ԱՄՆ դոլարի օգնություն²:

Հաջորդ ուսումնասիրված խնդիրը **ռիսկն** է, քանի որ մի շարք գործոններ՝ կառավարության քաղաքականությունը, տնտեսական միջավայրը, մրցակցի գործողությունները, տեխնոլոգիական փոփոխությունները և այլն, կարող են առաջացնել հետևանքների անվերահսկելի տատանումներ: Արդյունքում առաջացող անորոշությունը ստեղծում է նախապես պլանավորելու անկարողություն:

Արդյունքի անորոշության մասին իր հոդվածում վկայում է տնտեսագետ Քեննեթ Էրրոուն³: Ինչպես նշել ենք, ըստ Էրրոուի, տնտեսագիտական գրականությունը ուշադրությունը բևեռել է այն դեպքի վրա, երբ (1) գործակալի գործողություններն ուղղակիորեն չեն դիտարկվում պրինցիպալի կողմից, և (2) արդյունքն ամբողջությամբ չի որոշվում գործակալի գործողությունների հիման վրա: (Եթե չլինեք երկրորդ պայմանը, պրինցիպալը կարող էր եզրակացնել գործակալի գործողությունները՝ դիտարկելով արդյունքը): Տեխնիկական լեզվով՝ արդյունքը պատահական փոփոխական է, որի բաշխումը կախված է կատարված գործողություններից:

Գործակալության կորուստը (Agency cost) պրինցիպալի համար պատվիրակման արդյունքի և հնարավոր լավագույն արդյունքի միջև տարբերությունն է: Գործակալության կորուստը զրոյական է, երբ գործակալը ձեռնարկում է գործողություններ, որոնք լիովին համապատասխանում են տնօրենի շահերին: Քանի որ գործակալի գործողությունները շեղվում են տնօրենի շահերից, գործակալության կորուստը մեծանում է: Երբ գործակալը պրինցիպալի համար ոչ շահեկան գործողություններ է կատարում, գործակալության կորուստը մեծ է⁴: Գրականության ուսումնասիրության արդյունքում պարզվում է, որ գործակալության կորուստը նվազագույնի է հասցվում, երբ հետևյալ երկու պնդումները ճշմարիտ են: Առաջին պնդումն այն է, որ պրինցիպալը և գործակալը ունեն ընդհանուր շահեր⁵: Այլ կերպ ասած՝ տնօրենը և գործակալը ցանկանում են ստանալ նույն արդյունքները: Երկրորդ պնդումն այն է, որ պրինցիպալը տեղյակ է գործակալի գործունեության հետևանքների մասին: Այլ կերպ ասած՝ պրինցիպալները բավականաչափ տեղեկություն ունեն

¹ St'u The Economics of Agency, **Kenneth J.**, Arrow, Stanford University, էջ 3:

² <https://www.intelligenceconomist.com/principal-agent-problem/>

³ St'u The Economics of Agency, Kenneth J. Arrow, Stanford University:

⁴ St'u **A. Lupia**, in *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 2001:

⁵ St'u Political Resource Allocation, Controlled Agendas, and the Status Quo, Romer and Rosenthal 1978, էջ 30:

իրենց գործակալների գործողությունների մասին, որպեսզի որոշեն, թե արդյոք այդ գործողությունները ծառայում են իրենց շահերին¹:

Ընդհանուր առմամբ, այս գործոնները հանգեցնում են այնպիսի տնտեսական խնդիրների, ինչպիսիք են ռեսուրսների անարդյունավետ բաշխումը, ցածր արտադրողականությունը, վստահության նվազեցումը, որը, ամբողջ ոլորտի հանդեպ վստահության խաթարմամբ, բերում է շուկայի ծախսողման:

Տնտեսական հարաբերություններում հետևյալ դեպքերը պրինցիպալ-գործակալ խնդրի ամենատարածված օրինակներից են՝

- բաժնետերերը (պրինցիպալ)՝ ընդդեմ գործադիր տնօրինության (գործակալ),
- ընտրողները (պրինցիպալ)՝ ընդդեմ քաղաքական գործիչների (գործակալ),
- ֆինանսական հաստատությունները (պրինցիպալ)՝ ընդդեմ վարկանշային գործակալությունների (գործակալ)²:

Առանձնահատուկ տնտեսական նշանակություն ունեցող օրինակ է բաժնետերերի և ղեկավարության հարաբերությունը: Բաժնետերերը պրինցիպալներն են, որոնք, անշուշտ, չեն կարող մանրամասնորեն հետևել, թե գործադիր ղեկավարությունը՝ նրանց գործակալը, ինչպիսի որոշումներ է ընդունում: Սակայն, պրինցիպալը պահպանում է ակտիվների սեփականության իրավունքը և ցանկացած կորուստի համար պատասխանատվությունը: Պրինցիպալներն ապավինում են ընկերության գլխավոր գործադիր տնօրենին (գործադիր տնօրենին)՝ որպես իրենց գործակալի՝ իրենց շահերից բխող ռազմավարություն իրականացնելու համար: Այսինքն, նրանք ցանկանում են, որ բաժնետոմսը թանկանա, կամ ընդհանուր շահույթը մեծանա, կամ երկուսն էլ: Եթե գործադիր տնօրենը փոխարենը որոշի մեծ բռնումներ վճարել մենեջերներին, պրինցիպալները կարող են զգալ, որ իրենց գործակալի կողմից մատնվել են: Նույնիսկ բարձրակարգ կառավարիչները, որոնց վարձում են ձեռնարկության աշխատանքը ղեկավարելու համար, չունեն նույն նպատակը, ինչ ունի սեփականատերը, եթե, իհարկե, մենեջերները հենց սեփականատերերը չեն: Այսպիսով, մենեջերների վարքագծի վրա, բնականաբար, ազդում է անձնական շահը: Նրանք ցանկանում են լրացուցիչ եկամուտ, աշխատանքով ապահովվածություն և հետապնդում են այլ շահեր, որոնք համատեղելի չեն ձեռնարկության շահույթն առավելագույնի հասցնելու ձգտման հետ: Խնդիրն ավելի է խորանում, երբ ձեռնարկությունն ընդլայնվում է, և ավելի շատ կառավարիչների ու ծառայողների կարիք է զգացվում: Վերջին հաշվով՝ սեփականատիրոջ նպատակն է բարելավել խթանող միջոցները, որոնք նվազագույնի կհասցնեն գործատեր-գործակալ խնդիրը: Քանի որ տրանսակցիոն ծախսերն ավելանում են, սեփականատիրոջ համար միշտ արդիական է «Դուլարն այստեղ է կորչում» ասացվածքը³: Այս խնդիրը հայաստանյան կազմակերպություններում սուր է զգացվում, քանի որ վստահության պակասի պատճառով հիմնականում կազմակերպության հիմնադիրները հենց որոշում ընդունողներն են:

¹ <https://www.sciencedirect.com/topics/social-sciences/principal-agent-theory>

² <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/esg/agency-theory/>

³ Տե՛ս **Զ. Գորթնի**, Տնտեսագիտություն, հասարակական և մասնավոր ընտրություն, 2003, էջ 539:

Նշենք, որ մեկ պրինցիպալը կարող է ունենալ մի քանի ազենտ, որը ավելի է դժվարացնում պրինցիպալի գործը՝ գնահատելու արդյունքը ¹: Այս հարցին 1972 թ. անդրադարձել են Ալյանը և Դեմստեցը: Խմբային աշխատանքի դեպքում առաջանում է սիներգիա՝ ամբողջի ավելի մեծ էֆեկտ, քան մասնավոր էֆեկտների գումարը: Խմբի ընդհանուր թողարկումը կարող է ավելին լինել, քան անհատական ներդրումների գումարը: Այստեղ հիմնական խնդիրը յուրաքանչյուր առանձին անդամի ներդրման չափը որոշելն է: Իսկ խմբում ուղղակի կախվածություն չկա ներդրման և պարգևատրման միջև, քանի որ դժվար է չափել յուրաքանչյուր առանձին աշխատողի ներդրումը: Այդ կախվածության բացակայության պատճառով աշխատողների շրջանում առաջ է գալիս աշխատանքից խուսափելու խթան, և յուրաքանչյուր աշխատող փորձում է իր օգտակարությունն առավելագույնի հասցնել՝ քիչ աշխատելով:

Անցնելով ընտրողներ և քաղաքական գործիչներ օրինակին՝ փորձել ենք այն ներկայացնել մատրիցի միջոցով, որտեղ փոփոխականներն են տեղեկատվական ասիմետրիկությունը և նպատակի կոնֆլիկտն ու համերաշխությունը:

Նպատակի կոնֆլիկտ

Ազենտի տեղեկության աստիճան

Պրինցիպալի տեղեկության աստիճան	2ատ	փոքր	շատ
		4	3
փոքր	շատ	Հովանավորչություն	Փաստաբանների կոալիցիա
	փոքր	1 Բամպերի կպչուն տիպերի քաղաքականություն	2 Պրինցիպալ-ազենտ

Նպատակի համաձայնություն

Ազենտի տեղեկության աստիճան

Պրինցիպալի տեղեկության աստիճան	շատ	փոքր	շատ
		8	7
փոքր	շատ	Պլատոնի պետություն	Քաղաքական ենթակառուցվածք
	փոքր	5 Թեոկրատիա	6 Ներքևի հատված

Գծապատկեր 1. Փոփոխականներով կազմված մատրից²

Դեպք 1՝ առաջին դեպքը տեղի է ունենում, երբ տնօրենը և գործակալը վիճում են գաղափարական և քաղաքական թեմաներով: Սա ամերիկյան քաղաքականության մեջ անվանում են «բամպերի կպչուն տիպերի քաղաքականություն» (bumper sticker politics): Նման թեմաներ են դպրոցում աղոթքի թույլտվությունը, հղիության արհեստական ընդհատումը և այլն: Այս իրավի-

¹ Տե՛ս [The Economics of Agency](#), Kenneth J. Arrow, Stanford University, էջ 12:
² Գծապատկերը կազմել է հեղինակը՝ օգտվելով [Principal-Agent Models: An Expansion? 1998](#), էջ 16 աղբյուրից:

ճակներում տեղեկատվությունը, որպես գործոն, էական չէ և, հետևաբար, բանավեճի մաս է միայն գաղափարը՝ նպատակը: Նպատակի տարբերությունը երևում է այնպիսի հարցադրումներում, ինչպիսիք են՝ «Դա մեր իրավունքն է» կամ «Դուք սպանում եք երեխաներին»:

Դեպք 2՝ նպատակի հակամարտություն: Գործակալը տեղեկատվական առավելություն ունի պրինցիպալի նկատմամբ: Այն ներկայացնում է հիմնական գործակալի դասական հարաբերություններ, որոնք քննարկեցինք այս աշխատանքում:

Դեպք 3՝ նպատակի հակամարտություն: Եվ՝ գործակալը, և՛ տնօրենը տեղեկություններ ունեն: Նման պարագայում պրինցիպալը ազենտների հետ դառնում է քաղաքական դերակատար: Քանի որ տեղեկատվության մենաշնորհի չկա, պատգամավորները զգույշ են իրենց որոշումներում և գիտակցում են, որ ընտրողները կարող են կատարել ցանկացած միջամտություն: Սա գրեթե անհնար է, քանի որ ընտրողներն առաջնային են դառնում, և նման հարաբերություններում նրանք պետք է հաստատեն ազենտի ցանկացած որոշում:

Դեպք 4՝ այս իրավիճակում *պրինցիպալը դոմինանտ* է, քանի որ տեղեկատվական ասիմետրիկությունն ամբողջությամբ թեքված է իր կողմ: Քաղաքական հովանավորչությունը (patronage system), ինչը կիրառում են բոլոր երկրների քաղաքական կուսակցությունները, անձի նշանակումն է կուսակցական հավատարմության հիման վրա կամ պետական պաշտոնում աշխատանքի ընդունումը: Կառավարության ազգային, պետական և տեղական մակարդակներում ընտրված պաշտոնյաները նման նշանակումներով պարզևատրում են այն մարդկանց, որոնք օգնում են իրենց հաղթել և պահպանել պաշտոնը: Քաղաքական հովանավորչությունը երբեմն կարող է ներառել փողի փոխանակում՝ քաղաքական աջակցության համար: Օրինակ, եթե պարոն Քորգանը, ով այստեղ պրինցիպալն է, առաջադրվեր Միացյալ Նահանգների նախագահի պաշտոնում և ասեր, որ Ձեզ (Դուք այստեղ ազենտն եք) 1000 ԱՄՆ դոլար կտար, եթե դուք հրապարակայնորեն պաշտպանեիք նրան, ապա նա կզբաղվեր քաղաքական հովանավորչությամբ:

Դեպք 5՝ նպատակի համաձայնություն: պրինցիպալը և գործակալը տեղեկատվության պակաս ունեն: Բարոյական քաղաքականության շատ ոլորտներում նպատակները նույնն են, բայց ո՛չ տնօրենը, ո՛չ գործակալը տեղեկություն չունեն՝ ինչպես իրագործել նպատակը, կամ երկուսն էլ թերահավատորեն են վերաբերվում տեղեկատվության արժեքին: Բոլորը, օրինակ, դեմ են հարբած վիճակում մեքենա վարելուն: Այս իրավիճակը կարևոր է նորմատիվորեն, քանի որ այն ստեղծում է քաղաքականություն, որը հիմնված չէ քաղաքականության վերլուծության վրա: Արդյունքում, նման քաղաքականությունը հազվադեպ է գործնականում աշխատում:

Դեպք 6՝ նպատակի համաձայնություն: տեղեկատվության անհամաչափությունը թեքված է դեպի գործակալի կողմը: Երբ գործակալն ու տնօրենը կիսում են նպատակները, բայց գործակալը տիրապետում է մեծ ծավալի տեղեկատվության, որին տնօրենը չի տիրապետում, մենք ունենք քաղաքականության/վարչակազմի երկատվածության դասական դեպք: Գործակալներին հանձնարարվում է հստակ նպատակ ունեցող առաջադրանք, այնուհետև

պատգամավորները մնում են միայնակ, քանի դեռ մեծ աղետներ չեն եղել, և, հիմնականում, դրան հաջորդում է իշխանափոխություն:

Դեպք 7՝ նպատակի համաձայնություն. պրինցիպալը և գործակալը կիսում են տեղեկատվությունը: Այս դեպքում նպատակները բաժանվում են փոքր մարտավարությունների, որոնք կատարվում են ագենտների կողմից:

Դեպք 8՝ նպատակի համաձայնություն. պրինցիպալն ունի տեղեկատվություն, իսկ գործակալը՝ ոչ: Դեպքերը, երբ պրինցիպալը տիրապետում է տեխնիկական տեղեկության, իսկ գործակալը՝ ոչ, հազվադեպ են ընկալվում ժամանակակից քաղաքականության մեջ: Ազգային մակարդակով օրինակ կարող են լինել ռազմական իրավիճակները և, հավանաբար, հետախուզական գործակալությունները, որոնց հետախուզական օպերատորները տեղեկություն են տալիս իրենց ղեկավարներին, բայց տեղյակ չեն մեծ պատերի բոլոր մանրամասներին: «Տնօրեն-գործակալ» մոդելի շրջանակներում կոռուպցիան կարող է սահմանվել որպես գործակալի կողմից տնօրենի հետ կնքված պայմանագրի խախտում (ֆորմալ կամ ոչ ֆորմալ) և տրամադրված ռեսուրսներ՝ այլ նպատակներ իրականացնելու համար, բացի տնօրենի կողմից սահմանվածներից (առավել հաճախ՝ անձնական հարստացման համար): Եվ որպեսզի պրինցիպալի տրանսակցիոն ծախսերը կրճատվեն և նվազագույնի հասցվեն մոդելում առկա խնդիրները, ագենտի ոչ բարեխիղճ վարքագիծը, նշենք, որ պայմանագիրը, վերահսկողությունը և պրինցիպալ-գործակալ հարաբերությունների ցանկացած այլ աստիճան ունի սոցիալական ձև, և ոչ բոլորում են հարաբերությունները կազմվում գոյություն ունեցող իրավունքի ինստիտուտների հիման վրա: Այսինքն, հարաբերությունների կարգավորումը պետք է իրականացվի նաև փոխադարձ վարքագծային ակնկալիքների, խթանների, ավանդույթների և նմանատիպ ոչ ֆորմալ ինստիտուտների ու նորմերի միջոցով, որոնք ձևավորվել են տվյալ հասարակությունում:

Եզրակացություն: Ամփոփելով հետազոտությունը՝ եզրակացնում ենք, որ պրինցիպալ-ագենտ մոդելը քաղաքական, սոցիալական և տնտեսական հասկացություն է, որն իր արդիականությունը չի կորցրել: Ուսումնասիրված օրինակները ճշգրիտ բնութագրում էին մոդելի բնորոշ գծերը: Կան հնարավորություններ հսկելու ագենտի գործողությունները՝ մշտադիտարկում, պայմանագրերի կնքում, բայց սրանք էլ իրենց հերթին մեծացնում են տրանսակցիոն ծախսերը: Առաջարկում ենք եթե հարաբերությունները պայմանագրային են, ապա կնքել պայմանագիր և՛ վարքագծի վրա հիմնված, և՛ արդյունքի:

Պրինցիպալ-ագենտ մոդելը գործում է ինչպես միկրո-, այնպես էլ մակրոմակարդակում, հետևաբար կարող է հանգեցնել ամբողջ շուկայի ընդհանուր արդյունավետության նվազեցմանը տրանսակցիոն ծախսերի պատճառով և անգամ՝ ոլորտի նկատմամբ վստահության անկման: Սա պետության մակարդակով լուրջ երկընտրանք է. վերականգնել ոլորտի հանդեպ վստահությունը՝ մեծացնելով տրանսակցիոն ծախսերը, թե՞ թողնել այնպես, ինչպես կա: Այս խնդիրն առկա է նաև քաղաքականություն մշակելիս և իրականացնելիս, քանի որ քաղաքականություն իրականացնողների անհետևողականության պատճառով մասնավոր որոշումներ ընդունողները չեն վստահում քաղաքական հայտարարություններին, և տնտեսական քաղաքականությունը դառնում է ոչ արդյունավետ: Սա կարող է տնտեսության վրա երկարաժամկետ ազդեցություն ունենալ: Իսկ տեսության գործոններին անդրադառնալիս

նկատեցինք, որ տեղեկատվության ասիմետրիկությունը, որը ագենտ-պրինցիպալ խնդրի գլխավոր գործոնն է, հիմնականում թեքված է ագենտի կողմը: Կարող ենք ասել, որ ցանկացած հասարակական երկկողմանի (դիադային) հարաբերություն, որտեղ կա, այսպես ասած, լիազորությունների պատվիրակում, հանձնարարություն, հնարավոր է դիտարկել որպես պրինցիպալ-ագենտ հարաբերություն:

Օգտագործված գրականության ցանկ

1. Գորթնի Ջ., Տնտեսագիտություն, հասարակական և մասնավոր ընտրություն, 2003:
2. Дятлова Н. К., Коррупция как институт коммуникации в модели принципал-агент.
3. <https://www.sciencedirect.com/topics/social-sciences/agency-theory>
4. tefan Linder, Nicolai J. Foss, in International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (Second Edition), 2015
5. <https://www.investopedia.com/terms/p/principal-agent-problem.asp>
6. <https://www.wallstreetmojo.com/principal-agent-problem/>
7. Organization Theory and Methodology 1983.
8. Kathleen M. Eisenhardt, Agency Theory: An Assessment and Review, Stanford University.
9. The Economics of Agency, Kenneth J. Arrow, Stanford University.
10. Principal-Agent Models: An Expansion? Richard W. Waterman, Kenneth J. Meier 1998.
11. <https://www.techtarget.com/whatis/definition/information-asymmetry>
12. <https://viterbi-web.usc.edu/~shaddin/cs590fa13/papers/AkerlofMarketforLemons.pdf>
13. <https://www.intelligenteconomist.com/principal-agent-problem/>
14. A. Lupia, in International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences, 2001
15. Political Resource Allocation, Controlled Agendas, and the Status Quo, Romer and Rosenthal 1978.
16. <https://www.sciencedirect.com/topics/social-sciences/principal-agent-theory>
17. <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/esg/agency-theory/>
18. <https://www.studocu.com/row/document/armenian-state-university-of-economics/institutional-economics/>
19. Principal-Agent Models: An Expansion?1998.

САТЕНИК ГЕВОРГЯН*Экономика, бакалавриат, 4-й курс***ПРОБЛЕМЫ МОДЕЛИ «ПРИНЦИПАЛ-АГЕНТ» КАК ПРИЧИНЫ
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕЭФФЕКТИВНОСТИ**

Ключевые слова: агентская теория, агент, принципал, асимметричная информация, конфликт целей, агентские издержки, экономическая неэффективность

Модель «Принципал-агент», как и агентская теория, объединяет экономистов, политологов, социологов, юристов и даже математиков. Исходя из обширности темы, в статье были представлены те проявления агентно-принципальных проблем, которые связаны с экономической и политической сферами, где эти проявления оказывают серьезное влияние на эффективность экономики и являются препятствием для развития данной сферы. Изучив ряд статей и научных работ, посвященных проблемам теории и их потенциальным вариантам решений, мы пришли к выводу, что решить их полностью невозможно, но можно уменьшить их негативное воздействие на социальную и экономическую жизнь.

SATENIK GEVORGYAN*4th year Bachelor, Department of Economy***ISSUES OF THE PRINCIPAL-AGENT MODEL AS REASONS FOR ECONOMIC
INEFFICIENCY**

Keywords: agency theory, agent, principal, asymmetric information, goal conflict, agency costs, economic inefficiency

The Principal-Agent model, like the agency theory, unites economists, political scientists, sociologists, lawyers, and even mathematicians. Given the extensive scope of the topic, we present the manifestations of agent-principal issues connected with the economic and political spheres, where these manifestations have a serious impact on the efficiency of the economy and are an obstacle to its development. After a thorough review of numerous articles and scientific papers addressing theoretical issues and their potential solutions, our conclusion is that while complete problem resolution may be unattainable, it is indeed possible to mitigate their adverse effects on social and economic aspects of life.