

Teoria contractelor si actiunile caritabile

Conf. dr. Stelian STANCU

Catedra de Cibernetica Economica, A.S.E. Bucuresti

In this paper is presenting an analysis of relations who appear between charitable organizations, state and different firms in economical area.

Keywords: *contracts, charitable actions, donors, risk, management, mechanism.*

1 Caracterizarea actiunilor de caritate

Principalul, dupa cum este definit în cadrul teoriei contractelor, este persoana care are anumite beneficii de pe urma actiunilor unei alte parti (numita Agent). Putem, în acest caz privi actiunile caritabile ca un contract între donatori si managerii organizatiilor de caritate care pot fi astfel priviti ca Principal (donatorul) si Agent (managerul).

Apare o problema în cazul organizatiilor de caritate, organizatii non-profit, ai caror manageri pot deveni slabi Agenti ai donatorului (Principalul) în cazul în care nu sunt monitorizati si controlati cu atentie. Aceasta problema se poate rezolva prin angajarea, de catre Principal, unor firme specializate în monitorizarea si controlul managerilor acestor organizatii de caritate.

Este adevarat ca aceasta actiune va creste costurile Principalului însa pierderile înregistrate de acesta în cazul nemonitorizarii Agentului pot fi mult mai mari.

Modelul Principal-Agent este o unealta foarte importanta în analiza actiunilor caritabile. Formalizarea modelului ridica o serie de întrebări foarte importante: Cine beneficiaza de pe urma actiunilor de caritate? Cum poate o organizatie de caritate sa reprezinte interesele donatorilor cât mai bine? Ce masuri trebuie sa ia donatorii pentru ca interesele lor sa fie cât mai bine reprezentate?

Vom analiza în acest caz si motivatiile donatorilor pentru o mai buna înțelegere a fenomenului. De ce ar contribui cineva la o actiune caritabila? Ce doreste donatorul, daca doreste, sa faca managerul organizatiei si

pentru cine anume? Cum beneficiaza donatorul dupa activitatea managerului? Toti donatorii doresc acelasi lucru si la acelasi nivel?

Actiunile de caritate finantate prin donatii sunt esentialmente relatii principal-agent între donator (Principal) si managerul organizatiei (Agent).

În majoritatea acestor relatii, principalul sufera pierderi când agentul nu ia în calcul interesele sale si riscul aparitiei acestor pierderi este mai mare decât 0 (în absenta unei monitorizari managerii organizatiilor non-profit vor actiona în interes propriu, interes diferit de cel al donatorilor).

Putem trage astfel concluzia ca organizatiile de caritate sunt nefezabile. Oare este o concluzie eronata? Pentru a putea vedea veridicitatea afirmatiei de mai sus ar trebui sa analizam într-o prima faza interesele donatorilor si gradul de comuniune a acestor interese cu cele ale managerilor organizatiilor. Se spune ca managerii organizatiilor non-profit tind sa-si minimizeze responsabilitatile, sa nu acorde atentia cuvenita actiunilor personale, prefera diverse proiecte care sunt mai mult placute decât productive, folosesc banii donatorilor pentru a-si acorda salarii nejustificate si pentru a-si promova propriile preferinte.

Pentru a putea judeca veridicitatea acestei supozitii, avem nevoie de o analiza cât mai cuprinzatoare a intereselor donatorilor, o baza de plecare în analiza fidelitatii sau lipsei de fidelitate a Agentilor.

Riscul aparitiei acestei divergente între interesele celor doua parti da nastere unor costuri care sunt compuse din costuri de monitorizare si pierderi reziduale. Principalul poate actiona în directia mentinerii activitatii Agentului pe o traiectorie optima prin mai multe metode.

Aceste metode includ monitorizarea actiunilor Agentului, masurarea productivitatii acestuia, oferirea unor motivatii suplimentare si bineînțeles unele penalitati pentru cazul în care Agentul deviază de la traiectoria optima. Costurile de monitorizare reprezinta suma cheltuita cu aceste operatiuni. Aceste măsuri nu sunt însă total sigure si nu garanteaza rezultatele maxime care ar putea fi obtinute în cazul simetriei informationale.

Chiar si o monitorizare eficienta si o schema compensatorie cu incitatie substantiale nu anuleaza conflictele de interese dintre parti. Pierderile reziduale reprezinta pierderea suferita de Principal datorata divergentelor de interese.

Oricare ar fi actiunea Principalului (sau chiar inactiunea), vor aparea cheltuieli fie de monitorizare sau pierderi datorate ineficientei actiunilor Agentului si astfel costul delegarii controlului va fi mai mare ca 0.

Modelul Principal-Agent este foarte des aplicat în cazul actionarilor unei firme si managerul acesteia. Analiza acestei probleme este usurata de faptul ca putem defini imediat obiectivele Principalului (actionarii): maximizarea profitului realizat de pe urma actiunilor, fie prin dividende fie prin vânzarea lor la bursa.

De asemenea, este clar si ceea ce doreste actionarul de la Agent (manager): sa actioneze de asa maniera încât firma sa realizeze profit si pretul actiunilor la bursa sa creasca. Problema apare, în acest caz datorita faptului ca Agentul, care prin actiunile sale aduce beneficii Principalului primeste doar o parte din aceste profituri.

Teoria contractelor ne spune ca acesti Agenti au o motivatie mai mica decât Principalul sa

aduca beneficii mari firmei. Natura materiala a intereselor actionarilor face analiza si monitorizarea activitatii Agentului mai usoara si, ca rezultat, analiza problemei delegarii controlului este mai la îndemâna în cazul acesta.

Donatorii caritabili seamana într-o oarecare masura cu actionarii unei firme. Daca în cazul firmelor Principalul are o serie de avantaje materiale pe lângă profitul realizat prin vânzarea actiunilor, în cazul organizatiilor caritabile situatia este diferita.

O organizatie non-profit este formata si functioneaza astfel încât nici o parte a veniturilor sale devine beneficiu privat al donatorilor sau managerilor. Donatorii se pare ca au o alta motivatie decât cea materiala. Spre deosebire de firme, beneficiarii activitatii managerului nu sunt în acest caz donatorii, ci acele persoane carora programul organizatiei le este adresat. Aceste doua diferente conduc la concluzia ca monitorizarea Agentului, în cazul organizatiilor non-profit, este mai dificila si, în unele cazuri, datorita inexistentei incitatiei materiale pentru donatori, nici macar dorita.

Asimetria informationala dintre donatori si manageri este mare si costisitoare de acoperit. Mare parte dintre donatori considera prohibitiv de scumpa monitorizarea performantelor managerilor.

Pentru a reduce pierderile putem presupune ca angajarea unor companii specializate în vederea monitorizarii managerilor ar fi o solutie. Este oare aceasta o solutie optima? În primul rând, nu stim daca cumva costul acestei angajari nu depaseste cumva pierderea datorata de Agent.

Pentru o analiza mai profunda a aspectelor privind pierderile si câstigurile, atât din punctul de vedere al Principalului (donatorii) cât si din punctul de vedere al Agentului (managerii) este necesar sa vedem care sunt de fapt motivatiile unei donatii în scopuri caritabile.

2. Obiectivele donatorului-o abordare economica

În acest subcapitol vom prezenta un model formal al obiectivelor donatorului bazat pe analiza aprofundata a lui Eric Posner.

Se presupune ca donatorul tipic are o combinatie de motivatii atât altruiste cât si egoiste. Putem identifica patru tipuri de obiective ale donatorilor:

- altruism pur;
- altruism impur;
- dorinta de statut;
- interes material.

În sens comun, altruistul este cel care actioneaza în folosul altora suportând costurile actiunilor sale (altruism = grija fata de ceilalti ca principiu de actiune).

Altruistul conventional pare sa contrazica presupunerea economica conform careia oamenii tind sa-si maximizeze interesele proprii. Când o persoana transfera voluntar proprietatea altei persoane se presupune ca ambii au obtinut ceva.

Donatiile bazate pe altruismul pur par a nu fi Pareto-optimale. Donatorul își scade bunastarea (reduce utilitatea) cu scopul de a creste bunastarea altei persoane. Contradictia este în mare parte de natura semantica.

Din punct de vedere economic putem spune ca altruistul este o persoana ce obtine utilitate prin cresterea bunastarii altei persoane. Functia de utilitate a altruistului include utilitatea celeilalte persoane ca pe o componenta a sa. Pentru altruist, cel puțin, utilitatile lor sunt interdependente.

Abordarea economica tinde sa umbreasca diferenta dintre donatorii altruisti si cei non-altruisti. Presupune ca oricine, în final, are acelasi motiv pentru actiunile sale: maximizarea propriei utilitati. Acest lucru este adevarat si în privinta donatorilor altruisti.

Donatorul altruist își maximizeaza utilitatea facând cadouri persoanelor carora le poarta de grija. Totusi trebuie sa facem diferenta dintre donatorul altruist si cel egoist. Altruistul doneaza cu scopul de a îmbunatati situatia

celeilalte persoane si prin aceasta își creste si utilitatea sa.

Donatorul egoist doneaza doar gândindu-se la propria persoana. Donatia sa nu are scopul final de a creste bunastarea sau utilitatea altei persoane decât ea însasi. Rezultatul pe care îl obtine de pe urma donatiei nu are nici o legatura cu efectul donatiei în sine asupra utilitatii altei persoane.

Putem diferentia de asemenea si doua puncte de vedere morale. Altruistul îl respecta pe cel care primeste donatia si îl trateaza ca pe o parte a propriei persoane. Egoistul este indiferent fata de persoana care primeste donatia sau, chiar mai rau, o desconsidera.

Cu un rationament egoist, altruistul vazut prin perspectiva economica, va face o donatie doar daca utilitatea adusa de aceasta va depasi costurile. Beneficiul donatorului altruist este functia de utilitate a celui care primeste donatia.

Pentru a determina valoarea utilitatii obtinute de pe urma donatiei de catre donator trebuie sa înmultim utilitatea obtinuta de catre primitorul donatiei (U_r) cu intensitatea altruismului.

Conform lui Steven Shavell, intensitatea altruismului poate fi reprezentata numeric printr-un parametru numit *gradul de altruism* si notat a . Daca o persoana obtine o satisfactie din cresterea utilitatii altei persoane, atunci gradul de altruism este mai mare ca 0 ($a > 0$).

Cea mai mare parte a altruistilor nu obtin decât o parte a satisfactiei traite de cealalta persoana. Parametrul ce masoara gradul lor de altruism se situeaza între 0 si 1 ($0 < a < 1$). În teorie, un altruist extrem traieste o satisfactie mai mare de pe urma bucuriei unei alte persoane chiar decât acea persoana ($a > 1$).

Exemplul 1. Fie D un donator altruist cu un grad de altruism $a=0,6$. D are în posesie un tablou clasic pe care R îl evalueaza la 200 u.u. (unitati de utilitate).

Teoretic, prin donarea tabloului catre R va obtine o utilitate, de pe urma satisfactiei lui R, de 120 u.u.

$U_D = a \cdot U_R$ implică $U_D = 120$ u.u.

Analizând din punct de vedere economic, D face un rationament egoist si descopera ca donarea tabloului îi produce un discon-fort de 100 u.u. În acest caz, utilitatea neta a donatiei este de fapt 20 u.u..

$U_D = (a \cdot U_R) - D_D$ de unde $U_D = 20$ u.u.

Putem distinge doua feluri de altruism: altruism "pur" si "impur". Aceasta diferentiere afecteaza semnificativ problema donatorului (Principalul) în cadrul problemei delegarii controlului.

Altruismul pur are în vedere bunastarea celorlalte persoane în general, fara sa aiba preferinte fata de produsele sau serviciile ce produc satisfactia.

Din aceasta perspectiva, drogurile sunt la fel de satisfacatoare ca si mâncarea. David Friedman spunea ca "daca beneficiarul donatiei prefera doua mere unei portocale sau o viata scurta si îndestulata unei lungi dar mai putin îndestulate, altruismul pur va prefera aceleasi lucruri pentru beneficiar".

Altruismul impur nu are în vedere utilitatea beneficiarului, ci ceea ce el consuma. El obtine utilitatea din consumul produselor nu din utilitatea consumatorului.

În unele cazuri, utilitatea obtinuta de donator poate sa fie independenta de utilitatea obtinuta de beneficiarul donatiei. Posner descrie altruismul impur ca pe o persoana care ar spune: "stiu ca preferi doua mere însa este mai placut pentru mine daca îți ofer aceasta portocala".

Altruismul impur este dupa cum observam un altruist care are opinii si judecati proprii despre cum sa modifice bunastarea beneficiarului, ce bunuri si servicii sa-i ofere pentru a obtine si el satisfactie. Putem spune ca altruismul impur este mai apropiat de un comportament parental.

Exemplul 2. Presupunem, pentru exemplul anterior, ca gradul de altruism al lui D este 0 în cazul în care R consuma droguri ($a_d = 0$).

Donarea tabloului am vazut ca a adus 20 u.u. lui D. Presupunând ca R vinde tabloul si, cu banii obtinuti, își cumpara droguri atunci utilitatea lui D devine negativa (însatisfactie) chiar daca consumul de droguri îi aduce lui R o satisfactie de 500 u.u.

$U_D = (a_d \cdot U_R) - D_D$ sau $U_D = -D_D$ de unde $U_D = -100$ u.u.

O alta motivatie a donatiilor caritabile am spus ca este dorinta de statut. Asa se explica de ce o mare parte dintre donatii se fac cu ocazia unor mari evenimente mai mult sau mai putin publice. Pentru donatorii dornici de câstigarea unui statut, actul donatiei este mult mai important decât buna-starea beneficiarului donatiei.

Exemplul 3. X doneaza 100 milioane lei unei fundatii care se ocupa de institutivizarea copiilor strazii. Pe X nu îl intereseaza daca acesti bani îi ajuta într-adevar pe copii sau daca acestia se gândesc la el.

Aceasta donatie (mai ales daca este facuta într-un cadru public) îi aduce satisfactie prin faptul ca semnaleaza potentia sa materiala si generozitatea sa unui grup de persoane sau chiar întregii societati.

Statutul unei persoane este locul pe care aceasta îl ocupa la un moment dat în cadrul unui grup sau al societatii.

Din aceasta perspectiva, statutul este un "bun relativ" si de aceea depinde de anumite calitati personale în comparatie cu calitatile celorlalti membri.

Persoana care doneaza în scopul obtinerii unui statut nu îl si obtine imediat. Statutul sau se modifica doar în cazul în care donatia sa depaseste actiunile altor persoane. Analizând situatia doar prin prisma relatiei donator-beneficiar, statutul donatorului creste fata de beneficiar.

Din punct de vedere al statutului, o donatie foarte importanta poate aduce disconfort si insatisfactie. Asta se întâmpla doar între donatorii care doresc un statut. O donatie foarte mare poate face ca o alta donatie sa para insignifianta si astfel o scadere a statutului donatorului cu suma mai mica.

Un alt motiv al donatiei am spus ca poate fi si interesul material. Câstigul de pe urma organizatiilor non-profit poate fi obtinut în mai multe feluri:

- donatii cu scopul de a micsora venitul impozabil;
- donatii cu scop de reclama;
- donatii cu scop de a câstiga noi clienti.

Bibliografie

- [1] Kreps D., *A Course in Microeconomic Theory*, Princeton University Press, 1990
- [2] Laffont J.J., *Cours de theorie economique, II: Economie de l'incertain et de l'information*, Ed. Economica, Paris, 1988
- [3] Laffont J.J., Tirole J., *A Theory of Incentives in Procurement and Regulation*, M.I.T. Press, 1993
- [4] Salanie B., *Teorie des contrats*, Ed. Economica, Paris, 1994
- [5] Stancu S., Andrei T., *Microeconomie-teorie si aplicatii*, Editura ALL, Bucuresti, 1997
- [6] Tirole J., *Industrial Organization*, M.I.T. Press, 1988