

Научная статья

УДК 331.44

ОСОБЕННОСТИ ОТЧУЖДЕНИЯ И ОПОРТУНИЗМА РАБОТНИКОВ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ИХ ПРИВЕРЖЕННОСТИ К УПРАВЛЕНЧЕСКИМ РОЛЯМ

Дмитрий Александрович Плетнёв^{1✉}, Елена Викторовна Козлова²

^{1,2} Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия

¹ pletnev@csu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-6494-572X>

² kozlova@csu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-5884-5896>

Аннотация. Резервы роста производительности труда во многом кроются в повышении степени вовлечения работников и менеджеров в дела компании, их личное устремление к достижению организацией результативности и эффективности. Сдерживающим это фактором является присущий работникам оппортунизм и их отчуждение. Оценка драйверов отчуждения и оппортунизма для последующего противодействия им является важной и актуальной научной задачей. Цель исследования — анализ и оценка степени отчуждения и уровня оппортунизма работников российских предприятий в зависимости от их приверженности к управленческим ролям. Исследование основано на результатах онлайн-опроса работников российских предприятий. Оценка степени отчуждения, готовности к оппортунизму и уровня оппортунизма проведена на основе авторской методики, позволяющей произвести их количественную оценку как у отдельного респондента, так и групп, образованных по различным признакам. В ходе исследования анализировались группы, сформированные по таким признакам, как возраст, занимаемая должность, приверженность к определенной управленческой роли по методологии И. Адизеса. В результате исследования установлено, что в российских компаниях представлены все управленческие роли как среди работников, так и среди управленцев, при этом большая часть в обеих группах исполняют роль производителя результата. Важная для организации роль предпринимателя представлена у 15,2 процентов управленцев и 5,9 процентов работников. Около 10 процентов работников и менее 2 процентов управленцев не исполняют управленческих ролей. При этом отмечается существенно более высокое отчуждение и оппортунизм именно в этой группе сотрудников. Также значимо, что более высокая степень отчуждения характерна для производителей результатов, а более высокая готовность к оппортунизму и уровень оппортунизма — для администраторов. Те же, кто исполняют роль предпринимателя, показывают стабильно более низкий уровень отчуждения и оппортунизма. Результаты исследования могут быть использованы при совершенствовании методов управления персоналом российских компаний и для развития институциональной и политэкономической экономических теорий.

Ключевые слова: отчуждение, оппортунизм, управленческие роли, готовность к оппортунизму, Адизес

Для цитирования: Плетнёв Д. А., Козлова Е. В. Особенности отчуждения и оппортунизма работников российских компаний в зависимости от их приверженности к управленческим ролям // Вестник Челябинского государственного университета. 2023. № 3 (473). С. 156–169.

Original article

ALIENATION AND OPPORTUNISM OF RUSSIAN COMPANIES' EMPLOYEES AND THEIR MANAGEMENT ROLES

Dmitri A. Pletnev^{1✉}, Elena V. Kozlova²

^{1,2} Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia

¹ pletnev@csu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-6494-572X>

² kozlova@csu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-5884-5896>

Abstract. The reserves for the growth of labor productivity largely lie in the increase in the degree of involvement of employees and managers in the affairs of the company, their personal aspiration to achieve the organization's effectiveness and efficiency. The deterrent to this is the inherent opportunism and alienation of workers. Evaluation of the drivers of alienation and opportunism for subsequent counteraction is an important and relevant scientific task. The purpose of the study is to analyze and evaluate the degree of alienation and the level of opportunism of employees of Russian enterprises, depending on their commitment to managerial roles. The study is based on the results of an online survey of employees of Russian enterprises. The assessment of the degree of alienation, readiness for opportunism and the level of opportunism was carried out on the basis of the author's methodology, which makes it possible to quantify them both for an individual respondent and groups formed according to various criteria. During the study, groups were analyzed, formed according to such characteristics as age, position, commitment to a certain managerial role according to the methodology of I. Adizes. As a result of the study, it was found that in Russian companies all managerial roles are represented both among employees and among managers, while in most of both groups they play the role of a producer of the result. The important role of the entrepreneur for the organization is represented by 15.2 percent of managers and 5.9 percent of employees. About 10 percent of employees and less than 2 percent of managers are not in managerial roles. At the same time, there is a significantly higher alienation and opportunism in this particular group of employees. Also, a significantly higher degree of alienation is characteristic of the producers of results, and a higher readiness for opportunism and the level of opportunism are characteristic of administrators. Those who play the role of entrepreneur show consistently lower levels of alienation and opportunism. The results of the study can be used to improve the methods of personnel management in Russian companies and to develop institutional and political economic theories.

Keywords: alienation, opportunism, management roles, willingness to opportunism, Adizes

For citation: Pletnev DA, Kozlova EV. Features of alienation and opportunism of employees of Russian companies depending on their commitment to management role. Bulletin of Chelyabinsk State University. 2023;3(473):156-169. (In Russ.).

Введение

Вопрос отчуждения, в частности отчуждение человека от процесса и продукта труда, исследовался в работах К. Маркса, который рассматривает трудовую деятельность как средство реализации биологических и социальных потребностей, указывая на ее вынужденный характер [18]. В. В. Радаев отмечает, что к отчуждению труда приводят такие формы принуждения, как внеэкономическое (отношения подчинения, порождающие страх возможного увольнения), экономическое (зависимость от материальных благ, возникающий страх нищеты, голода), технологическое (зависимость от условий труда или конкретного рабочего места ввиду узкой специализации), идеологическое (продукт манипулирования личным интересом) [23].

Широкое распространение в середине XX века данный термин получил не только среди экономистов, но и социологов. Э. Фромм, развивая теорию К. Маркса, рассматривает отчуждение от работы со стороны работника отмечая, что труд для него — мучение, а идеалом становится лень и враждебность к труду [26]. С. Мадди предложил методику оценки отчуждения, основанную на четырех его формах: вегетативность (наиболее тяжелая форма отчуждения, заключающаяся в потере ценности деятельности), бессилие (отсутствие веры в способность повлиять на ситуацию), нигилизм (убеждение в отсутствии смыс-

ла), авантюризм (поиск жизненности, вовлеченности в опасных, экстремальных видах деятельности в силу переживания бессмысленности в повседневной жизни) [3]. Т. Дули выделил пять компонентов отчуждения (аномия, самоотчуждение, бессилие, социальная изоляция, бессмысленность) и проводил его оценку на основе опросника, включающего вопросы на раскрытие каждого компонента [2]. Исследование отчуждения подростков проводили С. Рейс и коллеги, которые выделяли три его ключевых компонента: бессилие, бессмысленность и социальную изоляцию, — каждый из которых был измерен несколькими переменными, с последующей оценкой общей степени отчуждения [6]. Г. Б. Кошарная, Л. Н. Мордишева отмечают негативное влияние отчуждения труда на эффективность деятельности организаций, которое проявляется в снижении производительности труда, потере мотивации и инициативы, снижении психологического и физиологического здоровья, и других формах [16].

Активное исследование оппортунистического поведения ведется со второй половины XX века, когда О. Уильямсоном ввел в научный оборот термин «оппортунизм» как наиболее сильную форму эгоистического поведения. Согласно его подходу, оппортунизм включает не только явные (ложь, воровство, мошенничество), но и более тонкие формы обмана, а также проявляется

в активной и пассивной формах [9]. Также К. Ватн и Дж. Хейд под активным оппортунизмом понимали такие формы, как ложь и воровство, в то время как к пассивным относили низкую самоотдачу, приводящую к снижению результативности [8]. С. Сегги с соавторами не только изучали формы оппортунистического поведения, но и анализировали реакции экономических агентов, столкнувшихся с оппортунизмом [7]. В рамках проведенного исследования авторами был выявлен негативный эффект оппортунизма в экономических отношениях. Проблема оппортунистического поведения сопровождается все формы взаимодействий между экономическими агентами, в том числе в трудовых отношениях.

Е. С. Щукина с коллегами отмечает, что росту поведенческого оппортунизма в организации могут способствовать не только недостаточная сплоченность коллектива в рабочих вопросах, но и солидарность сотрудников в вопросах нарушения норм и правил, установленных на предприятии [28]. По их мнению, несмотря на то, что сами конфликтные отношения не являются проявлением оппортунизма, высокий уровень конфликтности способствует росту вероятности проявления оппортунизма. При этом конфликт с руководством является возможной причиной оппортунизма рядовых сотрудников.

Одной из ключевых сложностей в изучении поведенческого оппортунизма остается проблема его измерения. Скрытый характер такого поведения усложняет задачу его обнаружения и оценки. На протяжении последних десятилетий как российскими, так и зарубежными экономистами были предложены различные модели, измеряющие склонность индивидов к оппортунизму и его влияние на эффективность деятельности предприятий, учитывающие личностно-психологические, институциональные, внутрифирменные, социальные и другие факторы.

Оппортунистическое поведение могут проявлять как работники, так и работодатели. О. А. Красиков и И. В. Рощина выделяют следующие виды трудового оппортунизма работников предприятий: нерациональное использование рабочего времени; низкая продуктивность; сопротивление изменениям; неисполнение требований; нанесение ущерба имуществу организации и другие. К видам трудового оппортунизма работодателя они относят неоплачиваемую сверхурочную работу; учет личных симпатий при распределении вознаграждений; непредоставление льгот; поручения, не предусмотренные трудовым договором;

занижение результатов деятельности работников и другие [17]. Для оценки склонности сотрудников к трудовому оппортунизму О. А. Красиков и И. В. Рощина предлагают использовать модель, включающую оценку таких параметров, как эмоциональный интеллект, черты характера, общая эмоциональность, эмоциональный труд и эмоциональное истощение. Авторы отмечают целесообразность применения такой модели при приеме на работу для минимизации возможных затрат, связанных с оппортунизмом.

Е. В. Попов и В. Л. Симонова выделяют следующие структурные элементы оппортунизма: несовпадение интересов контрагентов, асимметрия информации, скрытый характер такого поведения, ущерб контрагента и преднамеренность действий [24]. Авторы отмечают негативное влияние трудового оппортунизма на эффективность деятельности российских предприятий. Согласно проведенному Е. В. Поповым и В. Л. Симоновой исследованию такая форма постконтрактного оппортунизма, как отлынивание, приводит к снижению результативности в среднем на 27 %, по оценкам менеджеров, и на 34 % — по оценкам работников; небрежность — к росту затрат на 25 %, по мнению менеджеров, и на 27,5 %, по мнению работников; также негативное влияние оказывает использование служебного положения — рост затрат на 14 % и 18 % отмечают менеджеры и работники соответственно [22].

Е. В. Антоненко для измерения оппортунизма предлагает оценивать его постфактум (потери от ненадежности контрагента) и поведенческую неопределенность (издержки на предотвращение и измерение) [11]. Для оценки оппортунизма постфактум предложено использовать такие составляющие затрат и потерь, как снижение производительности труда, увеличение доли брака, потери от изменений условий контракта или его разрыва, затраты на контроль и другие; поведенческая неопределенность, по мнению автора, связана со сложностями оценки характеристик партнера.

Корыстное поведение с целью извлечения выгоды свойственно различным группам и за пределами предприятий. Так, Д. И. Данилова и И. В. Розмаинский на основе опроса студентов НИУ ВШЭ оценили влияние различных факторов на их склонность к оппортунизму [14]. Значимое влияние оказали такие факторы, как мотивация, склонность к прокрастинации и групповой работе, возраст, ожидания относительно окружающих, финансовая независимость и уровень

дохода. При этом авторы отмечают проблему использования данных самообследования, что не дает полной уверенности в достоверности полученных данных. Р. Р. Гатауллина в результате проведенных исследования оппортунизма на основе анкетирования работников здравоохранения и регрессионного анализа выявила, что из 17 анализируемых факторов значимыми оказались частота возникновения конфликтных ситуаций в организации, цель деятельности работников и частота переработок [13].

Также ранее в исследованиях авторов статьи было показано, что на степень отчуждения и уровень оппортунизма могут влиять такие факторы, как частота использования и степень владения ИТ [5], социальные (пол, возраст), связанные с организацией (размер организации), связанные с ролью индивида в организации (стаж, изменение неформального положения, изменение заработной платы) [4].

Эволюция взглядов на управленческие роли не может обойти вниманием работы И. Адизеса, предложившего концепцию РАЕI. По мнению И. Адизеса, успешный управляющий должен быть гибким и адаптироваться к изменяющимся условиям посредством выполнения четырех ролей, отражающих основные потребности любой фирмы: производство результатов (Р), администрирование (А), предпринимательство (Е) и интеграция (I) [10]. Роль Р (Performing) сосредоточена на достижении поставленного результата и отвечает за краткосрочную результативность и удовлетворение потребностей имеющих клиентов; А (Administering) отвечает за регламентирование и систематизацию процессов в организации, что приводит к повышению эффективности в краткосрочной перспективе; Е (Entrepreneurship) ориентирована на проявление предпринимательских способностей, оценку рисков и влияет на результативность в долгосрочной перспективе; роль I (Integration) способствует объединению сотрудников для достижения целей компании, ориентирована на системы ценностей, философию организации и повышает эффективность в долгосрочной перспективе. Для определения менеджера, не способного выполнять ни одну из четырех ролей, И. Адизес использовал термин «мертвый пень» (Deadwood), который направляет свои усилия на то, чтобы оградить себя от принятия решений и совершения активных действий.

Существенный вклад И. Адизес внес в развитие теории жизненного цикла корпорации [1]. Отождествление организации с живым организ-

мом позволило выявить повторяющиеся поведенческие проявления и учесть специфические для каждого этапа проблемы, которые требуют изменений в управленческих ролях для эффективного перехода к следующему этапу [25]. Данный подход получил широкое распространение в современной теории управления и позволил выявить значимость ролей управляющих на различных этапах жизненного цикла, установить региональные и отраслевые особенности ролей [19], сформировать рекомендации по перечню психологических характеристик управляющих, используемые для гармонизации управления организацией [15], а также рассмотреть совместимость стилей управления относительно уровней совместимости потребностей общества [20]. П. Е. Цыпин выявляет наиболее востребованные типы управленческих ролей в традиционных и «плоских» (отсутствие множества вертикальных уровней, обычно содержат всего три) структурах управления [27]. В своих работах И. Адизес рассматривает зависимость конкретной фазы жизненного цикла и доминирующего типа управляющего. В развитие данной теории Д. А. Плетнёв предлагает учитывать склонность управляющих к оппортунизму, что приводит к возникновению дополнительных ролей, отражающих краткосрочный (своекорыстие) и долгосрочный (карьеризм) оппортунизм [12]. Таким образом, возможности теории И. Адизеса и ее развитие делают целесообразной оценку связи управленческих ролей с уровнем оппортунизма и степенью отчуждения.

Цель статьи — анализ и оценка степени отчуждения и уровня оппортунизма работников российских предприятий в зависимости от их приверженности к управленческим ролям.

Материалы и методы исследования

Исследование основано на результатах онлайн-опроса работников крупных российских предприятий. Участники проведенного опроса в равной степени были представлены женщинами и мужчинами, рядовыми сотрудниками и руководителями различных уровней (от руководителей подразделений до высшего руководства). Онлайн-опрос позволил привлечь участников из различных регионов страны, включая Москву, Санкт-Петербург, крупные областные центры и другие населенные пункты. Возраст опрошенных варьируется от 18 до 65 лет, уровень образования респондентов разнообразен: СОО, СПО, ВПО, несколько высших образований, МВА, ДВА, ученая степень. Респонденты являются действующими

сотрудниками российских компаний различных отраслей, форм собственности, организационно-правовых форм.

Для оценки приверженности респондента к конкретной управленческой роли в соответ-

ствии с методологией И. Адизеса участникам был предложен вопрос (табл. 1) с возможностью выбора только одного варианта ответа, что позволило однозначно определить приверженность к конкретной роли.

Таблица 1

Table 1

Вопрос для оценки приверженности сотрудника к управленческой роли
A question to assess an employee's commitment to a managerial role

Как вы можете описать свою роль в организации?	
1	Производитель результатов («рабочая пчела», работаю за себя и «за того парня»)
2	Предприниматель (генерирую новые идеи, решаю нестандартные задачи)
3	Интегратор (обеспечиваю позитивный «климат» в коллективе и эффективную личную коммуникацию)
4	Администратор (координирую, составляю или слежу за исполнением регламентов)
5	«Мертвый пень» (всё «по-барабану»: мне платят, я работаю)

Источник: составлено авторами.

Оценка степени отчуждения респондента производилась на основе авторской методики, представленной в [21]. Методика включает количественную оценку четырех типов отчуждения: самоотчуждения, бессилия, социальной изоляции и бессмысленности. Опросный лист включал восемь утверждений (по два на каждый компонент отчуждения) и варианты ответов, характеризующую степень согласия респондента («определенно да», «скорее да», «сложно сказать», «скорее нет», «определенно нет»), которые были трансформированы в числовые результаты. Итоговый расчет показателя, характеризующего степень отчуждения, производился по формуле (1) и интерпретировался следующим образом — большим

значениям соответствует более высокая степень отчуждения:

$$L_i^{al} = \frac{1}{8} \sum_{j=1}^4 \sum_{k=1}^2 A_{ijk}, \quad (1)$$

где A_{ijk} — числовая характеристика ответа i -го респондента на k -й вопрос, относящийся к раскрытию j -го компонента отчуждения.

Готовность к оппортунизму опрошенных проведена на основе выбора наиболее вероятного варианта поведения в нескольких гипотетических рабочих ситуациях (подробнее в [21]). Среди возможных реакций на сложившуюся ситуацию были предложены варианты, соответствующие добросовестному поведению либо одной из форм оппортунизма (активных и пассивных) (табл. 2).

Таблица 2

Table 2

Формы поведенческого оппортунизма
Forms of behavioral opportunism

№	Форма оппортунизма	Обозначение
Активные (С)		
1	Ложь или искажение фактов	C1
2	Нарушение договоренностей	C2
3	Преувеличение сложностей	C3
4	Использование непредвиденных событий для извлечения выгоды	C4
Пассивные (О)		
5	Соккрытие информации	O1
6	Небрежность	O2
Добросовестное поведение (Н)		Н

Источник: составлено авторами.

Количественно готовность к поведенческому оппортунизму оценена на основе расчета доли

вопросов, в которых респондент выбирал оппортунистические варианты поведения:

$$L_i^{opp.w} = 1 - \frac{1}{6} N^h, \quad (2)$$

где N^h — число вопросов, при ответе на которые выбраны варианты добросовестного поведения.

При этом готовность респондента к оппортунизму не всегда означает высокую вероятность его действительного проявления. Кроме самой готовности, оценке должны подлежать условия, сложившиеся в компании, которые могут как способствовать проявлению оппортунистического поведения работников, так и наоборот снижать вероятность его наступления. Таким образом, уровень оппортунизма определялся с учетом этих двух факторов:

$$L_i^{opp} = L_i^{opp.w} \cdot C_i^{opp}, \quad (3)$$

где $L_i^{opp.w}$ — готовность к оппортунизму i -го респондента, C_i^{opp} — оценка условий для проявления оппортунизма на рабочем месте.

Результаты исследования и их обсуждение

Анализ распределения участников опроса по управленческим ролям (рис. 1) выявил, что значительная часть опрошенных (44 %) относит себя к производителям результатов, то есть в большей степени ориентированы на достижение результатов в краткосрочной перспективе, при этом продуктивны и компетентны. Более четверти респондентов (25,9 %) относят себя к администраторам — направляют свои усилия в профессиональной деятельности на контроль исполнения регламентов в организации, организованы и методичны. Почти в равной степени представлены интеграторы (13 %) и предприниматели (10,4 %), таким образом лишь небольшая часть опрошенных сотрудников готовы создавать стратегические цели организации или генерировать и внедрять новые идеи. Работников не готовых выполнять ни одну из представленных ролей — 6,7 %.

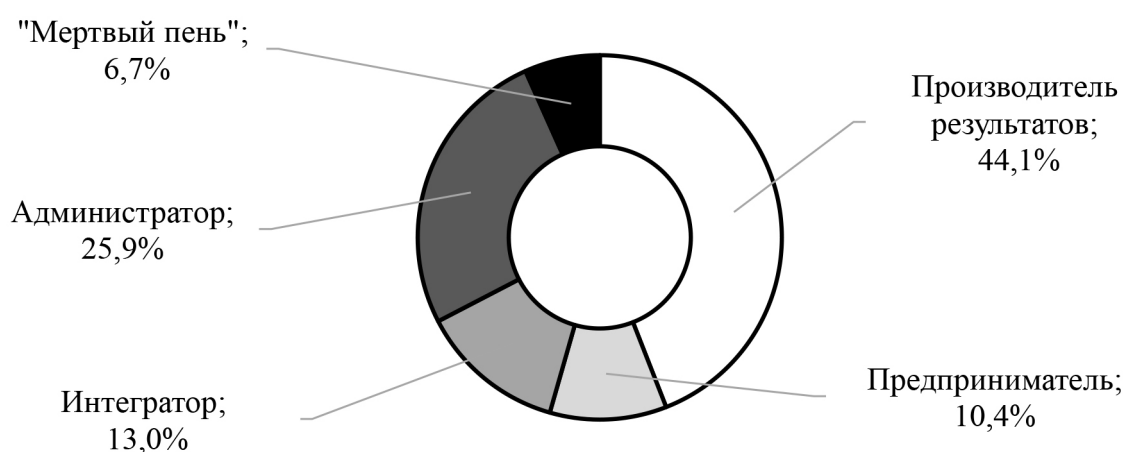


Рис. 1. Распределение респондентов по управленческим ролям

Источник: составлено авторами

Fig. 1. Distribution of respondents by managerial roles

Source: compiled by the authors

При этом результаты распределения по управленческим ролям существенно различаются в зависимости от занимаемой сотрудником должности (рис. 2). В группе работников больше половины (52,3 %) идентифицируют себя как производителей результатов, в то время как в группе руководителей их доля составляет всего 35,3 %. Высокий уровень компетенций и ориентация на решение текущих задач позволяет таким сотрудникам достигать успеха в профессиональной деятельности; как видим, в российских компаниях данный тип является достаточно распространенным на всех уровнях организации. При этом большая доля руководителей (37,1 %) являются администраторами, которые систематизи-

руют процессы, определяют порядок и план работы, в то же время среди рядовых сотрудников их доля невелика (15,5 %). На сегодняшний день в стремительно меняющихся условиях среди персонала компаний большое внимание уделяется сотрудникам, готовым предлагать и реализовывать новые идеи — среди руководителей на долю предпринимателей приходится 15,2 %, в то время как среди работников — только 5,9 %. Проблема безынициативности часто сопряжена с низкой мотивацией, отсутствием практики коллегиального принятия решений и внедрения предложений рядовых сотрудников. В качестве своей основной задачи формирование и укрепление межличностных связей в компании рассматривают

15,1 % работников и 10,7 % руководителей, что подтверждает важную роль интеграторов в коллективе.

Существенное отличие в долях можно наблюдать в категории «мертвый пень», к которой отно-

сятся 11,3 % рядовых сотрудников и только 1,8 % руководителей. Отсутствие стремления к развитию, низкая продуктивность и эффективность таких сотрудников в долгосрочной перспективе приводит компанию к стагнации.

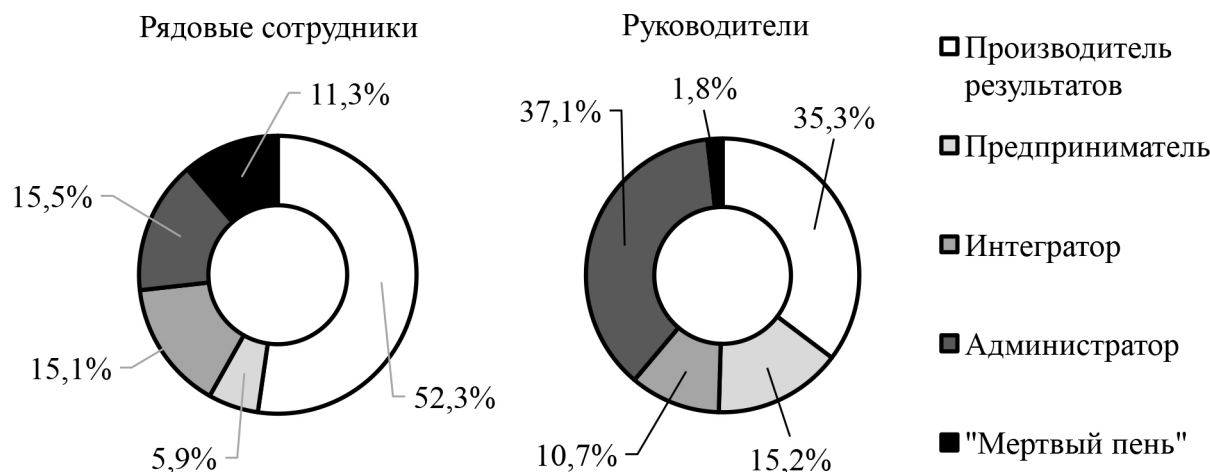


Рис. 2. Распределение респондентов по управленческим ролям и занимаемой должности
Источник: составлено авторами

Fig. 2. Distribution of respondents by managerial roles and position
Source: compiled by the authors

Распределение респондентов по управленческим ролям в различных возрастных группах также имеет свои особенности (рис. 3). Наиболее молодые сотрудники в большей степени представляют производителей результатов (36,5 %) и администраторов (28,6 %). Готовность качественно и усердно выполнять поручаемую работу характерна для молодых специалистов, только начинающих свою трудовую деятельность. При этом в данной возрастной группе наблюдается максимальная концентрация «мертвых пней», что может быть обусловлено отсутствием мотивации ввиду низкого уровня оплаты труда, недостаточным уровнем знаний в профессиональной сфере для генерации новых идей, частой переменой рабочих мест и другими факторами. Средние возрастные группы (30–40 и 40–50 лет) имеют схожие распределения по управленческим ролям. При этом доля сотрудников в возрасте от 30 до 40 лет, относящихся к производителям результатов, на 3 % больше, чем в возрастной группе от 40 до 50, администраторов — больше на 4,8 %, доли предпринимателей практически равны и составляют 11,6 % и 10,2 % соответственно. В то же время сотрудники от 30 до 40 лет значительно реже, чем все

остальные возрастные группы демонстрируют тип «мертвый пень» — их доля составляет всего 2,9 %. Больше половины (51 %) наиболее возрастных сотрудников являются производителями результатов, значительные доли представлены администраторами (21,6 %) и интеграторами (15,7 %) при этом предпринимателями являются только 5,9 % — что является наименьшей долей из всех возрастных групп и может быть вызвано постепенным снижением творческого потенциала и интереса к работе.

Анализ влияния управленческой роли на отчуждение сотрудников российских компаний (рис. 4) показал, что наиболее отчуждены сотрудники компаний, относящих себя к роли «мертвый пень», что является ожидаемым результатом. Администраторы, интеграторы и предприниматели демонстрируют отчуждение на сопоставимом уровне (от 0,261 до 0,270). Производители результатов оказались заметно более отчуждены по сравнению с другими управленческими ролями, что может быть обусловлено сосредоточенностью на выполнении рутинных задач и избегании творческого процесса в профессиональной деятельности. Среднее значение степени отчуждения по всей выборке составило 0,305.

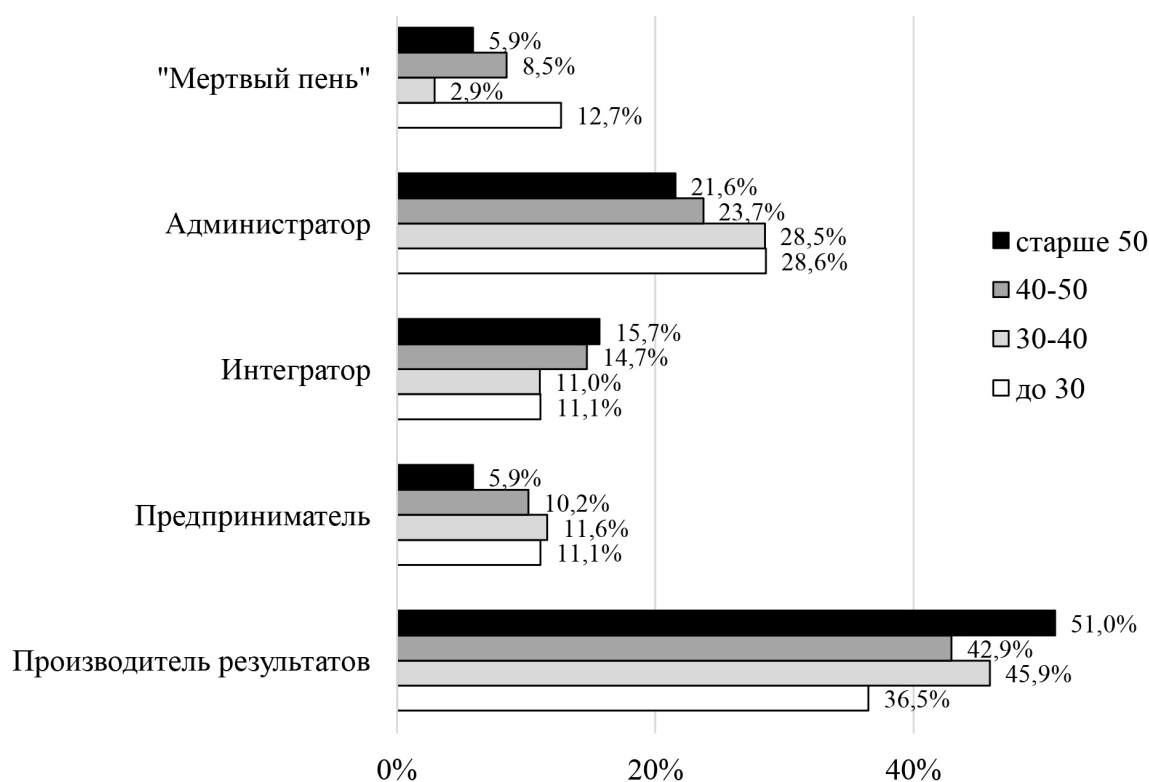


Рис. 3. Распределение респондентов по управленческим ролям в различных возрастных группах
 Источник: составлено авторами

Fig. 3. Distribution of respondents by managerial roles in different age groups
 Source: compiled by the authors

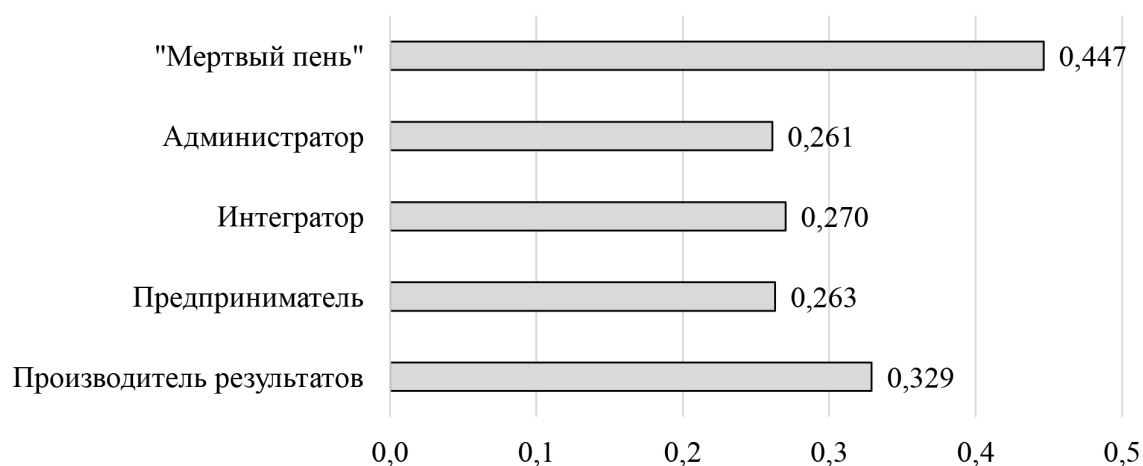


Рис. 4. Средняя степень отчуждения респондентов по управленческим ролям
 Источник: составлено авторами

Fig. 4. Average degree of alienation of respondents by managerial roles
 Source: compiled by the authors

Частота выбора формы оппортунистического поведения также существенно различается в зависимости от управленческой роли респондента (рис. 5). Готовность проявлять пассивный оппортунизм в форме сокрытия информации (O1) наиболее часто демонстрируют сотрудники, относящиеся к роли «мёртвый пень». При этом данная форма поведенческого оппортунизма наименее часто демонстрируется всеми группами респон-

дентов. Также «мёртвые пни» наиболее часто по сравнению с другими респондентами проявляют пассивный оппортунизм в форме небрежности (O2), среди остальных групп сотрудников чаще остальных небрежность проявляют производители. К лжи, искажению фактов (C1), а также нарушению договоренностей (C2) сотрудники российских компаний готовы прибегать почти с равной частотой вне зависимости от управлен-

ческой роли. Такая форма активного оппортунизма как увеличение сложностей (СЗ) в большей степени присуща «мертвым пням», а также администраторам и интеграторам. В случае необходимости использовать непредвиденные обстоятельства

в свою пользу чаще остальных готовы администраторы. Варианты ответов, предполагающие добросовестное поведение, респонденты выбирают менее чем в половине случаев, а «мёртвые пни» — менее чем в четверти анализируемых ситуаций.

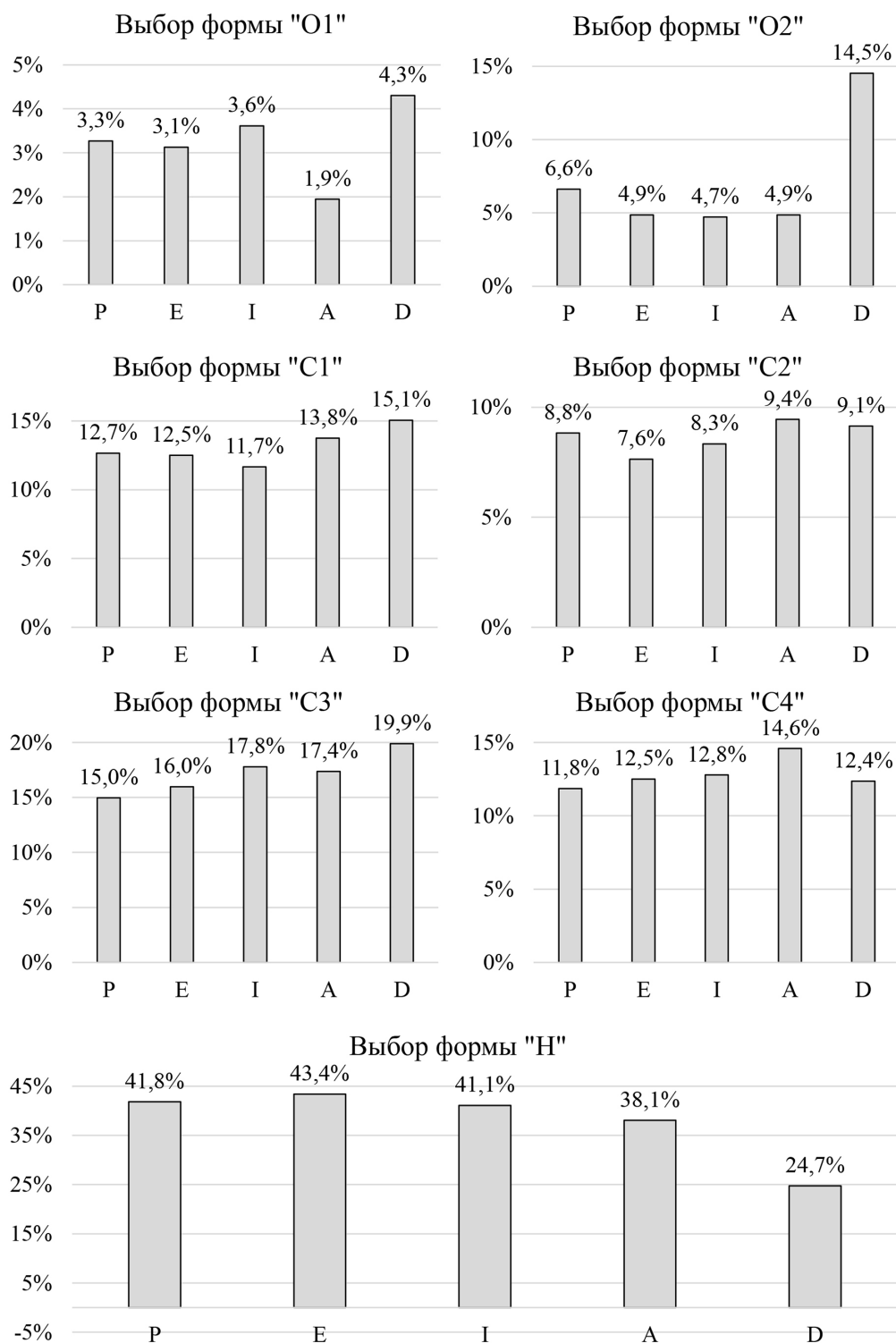


Рис. 5. Распределение форм оппортунизма в зависимости от управленческих ролей
Источник: составлено авторами

Fig. 5. Distribution of forms of opportunism depending on managerial roles
Source: compiled by the authors

Оценка готовности к оппортунизму респондентов показала, что в наибольшей степени готовы проявлять оппортунистическое поведение сотрудники категории «мертвый пень», среднее значение показателя в данной группе существенно превышает остальные. Среди оставшихся управленческих ролей наиболее готовы проявить оппортунизм администраторы, что, безусловно,

является интересным результатом с точки зрения характеристики данного типа сотрудников, которые в большей степени склонны к выполнению формальных правил и контролю их исполнения другими участниками. Среднее значение готовности к оппортунизму всех сотрудников российских компаний, участвовавших в опросе, — 0,602.

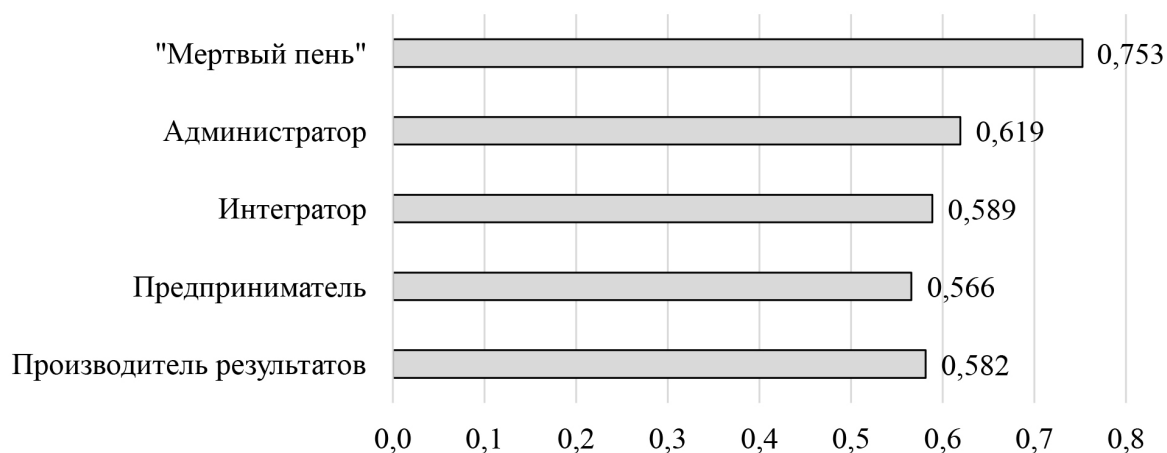


Рис. 6. Средняя готовность к оппортунизму по управленческим ролям

Источник: составлено авторами

Fig. 6. Average readiness for opportunism by managerial roles

Source: compiled by the authors

При этом важными представляются не только оценка готовности сотрудников проявлять оппортунизм, но и его уровень, определяемый также условиями, способствующими такому поведению. Категория работников «мертвый пень» активнее проявляет оппортунистическое пове-

дение по сравнению с другими респондентами. При этом среди остальных управленческих ролей не наблюдается существенного различия в среднем значении уровня оппортунизма. Средний уровень оппортунизма по всей выборке составил 0,206.

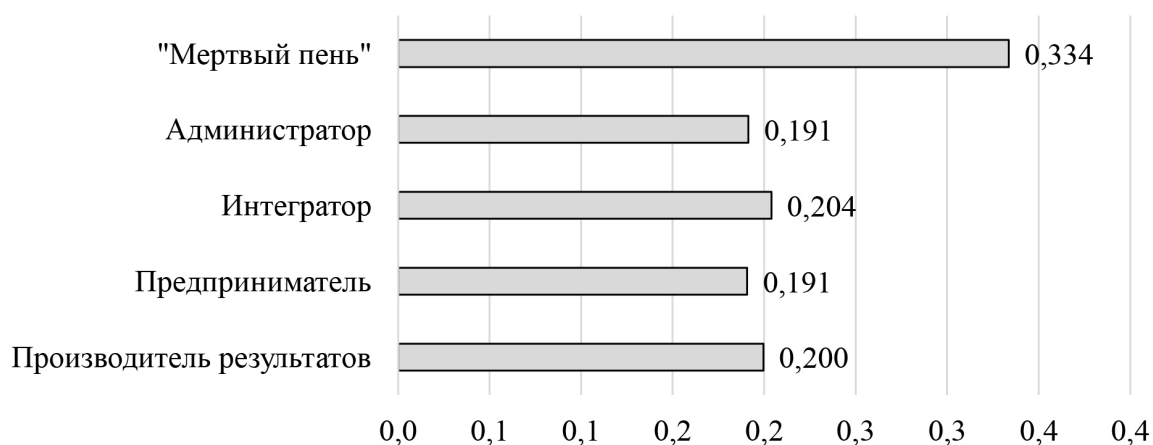


Рис. 7. Средний уровень оппортунизма по управленческим ролям

Fig. 7. Average level of opportunism by managerial roles

Заключение

В результате проведенного исследования получены интересные результаты, в том числе не

прямо корреспондирующие с целью. Во-первых, анализируемая представительная выборка позволяет заключить, что как среди работников,

так и среди управленцев российских компаний преобладают носители управленческой роли «производитель результатов», т. е. те «рабочие лошадки», которые непосредственно создают производимый компаниями продукт. На втором по численности месте и у менеджеров (что ожидаемо), и у работников (что, скорее, неожиданно) идет управленческая роль интегратора, стремящегося поддерживать социальный мир и дружественную атмосферу в компании. На удивление мало среди менеджеров оказалось носителей роли администратора (у работников даже более). Это говорит о том, что российские компании в целом не страдают фетишизацией регламентов, процедур и бизнес-процессов, а используют их как инструмент для решения других задач (производства, предпринимательства и т. п.). Роль же предпринимателя среди менеджеров назвал каждый седьмой, среди работников — один из шестнадцати. Это говорит о достаточно хорошо развитом «интрапренерстве» (внутрифирменном предпринимательстве), и согласуется с мировыми тенденциями. Также радует, что дисфункциональных (не исполняющих ни одной роли) менеджеров по выборке исчезающе мало, а среди работников — около 10 %. Это говорит о том, что основная масса сотрудников российских компаний занимают активную позицию и эмоционально вовлечены в решение производственных и смежных задач.

Во-вторых, с точки зрения возрастного распределения управленческих ролей результат получился ожидаемым: старшее поколение чаще исполняет роли интегратора и производителя результатов, а молодое — предпринимателя и администратора. Неожиданным для авторов стало то, что безразличных к работе больше среди мо-

лодых работников, которые еще не прошли стадию профессионального выгорания.

В-третьих, ожидаемо к оппортунизму проявили большую склонность сотрудники, описываемые И. Адизесом как «мертвый пень», то есть не исполняющие ни одной управленческой роли, а просто плывущие по течению. Неожиданно большую, чем остальные роли, склонность к оппортунизму проявили носители роли администратора. Предприниматели же оказались наименее оппортунистичными, что особенно проявилось в их отказе от использования скрытых, наиболее сложно выявляемых и из-за этого опасных, форм оппортунизма. Близкие результаты получены и при оценке степени отчуждения для разных управленческих ролей. Наиболее отчужденные — «мертвые пни» и, что также объяснимо, — производители результата. Те же сотрудники, кто ориентирован на остальные управленческие роли, имеют существенно меньшую (и почти одинаковую) степень отчуждения.

В целом проведенное исследование показало, что в российских компаниях доминируют вовлеченные работники, при этом фактором, повышающим их вовлечение, является доминирование у них таких управленческих ролей, как предприниматель, производитель результата и интегратор. Рекомендуется способствовать поддержке «внутреннего предпринимательства» в компаниях, тем более что позитивный опыт такого рода политик уже есть. Полученный результат может быть использован руководителями HR-служб компаний для совершенствования политики в области управления персоналом, а также в прикладных научных исследованиях, направленных на оценку оппортунизма работников и выявление факторов, на него влияющих.

Список источников

1. Adizes I. The developing nations and self-management. Problems of implementation and the role of professional management // Research Paper. Institute of Industrial Relations. University of California. Los Angeles, 1977.
2. Dooley T. F. A study of the measurement of a continuum of alienation/integration in terms of its five alternate meanings as these are related to selected sociological factors. Master's Thesis, Milwaukee, Wisconsin, 1971.
3. Maddi S. R. The Story of Hardiness: Twenty Years of Theorizing, Research and Practice // Consulting Psychology Journal: Practice and Research. 2002. Vol. 54, no. 3. P. 175–185.
4. Pletnev D., Kozlova E. Employee's Behavioral Opportunism and Alienation in Russian Firms // Contemporary Economics. 2022. Vol. 16 (1). P. 106–120. doi: 10.5709/ce.1897-9254.471.
5. Pletnev D., Kozlova E. ICT as an Employee Engagement Driver: Evidence from Russian Firms. In: Bilgin M. H., Danis H., Demir E., Zarembo A. (eds.) Eurasian Business and Economics Perspectives // Eurasian Studies in Business and Economics. 2022. Vol. 21. P. 201-212. doi: 10.1007/978-3-030-94036-2_11.

6. Rayce S. B., Kreiner S., Damsgaard et al. Measurement of alienation among adolescents: construct validity of three scales on powerlessness, meaninglessness and social isolation // *Journal of Patient-Reported Outcomes*. 2018. No. 2–1. P. 14.
7. Seggie S., Griffith D., Jap S. Passive and Active Opportunism in Interorganizational Exchange // *Journal of Marketing*. 2013. No. 77–6. P. 73–90.
8. Wathne K., Heide J. Opportunism in Interfirm Relationships: Forms, Outcomes, and Solutions // *Journal of Marketing*. 2000. No. 64. P. 36–51.
9. Williamson O. E. Behavioral Assumptions. In: Williamson O. E. *The Economic Institutions of Capitalism. Firms, Markets, Relational Contracting*. N.Y.: The Free Press, 1985. P. 44–52.
10. Адизес И. К. *Управление изменениями без потрясений и конфликтов*. М. : Альпина Диджитал, 2004. 179 с.
11. Антоненко Е. В. Издержки оппортунистического поведения контрагента как составляющие транзакционных издержек промышленного предприятия // *Управление инвестициями и инновациями*. 2016. № 4. С. 11–17. doi: 10.14529/iimj160402.
12. Бархатов В. И., Плетнёв Д. А. Интеграция теорий жизненных циклов в эволюционную теорию корпорации // *Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки*. 2013. № 3 (119). С. 150–157.
13. Гатаулина Р. Р. Измерение уровня оппортунизма работников в организации // *Научно-исследовательские публикации*. 2015. № 6 (26). С. 61–64.
14. Данилова Д. И., Розмаинский И. В. Эмпирический анализ оппортунизма на основе опроса студентов университетов // *Journal of Institutional Studies*. 2019. № 11 (4). С. 121–140. doi: 10.17835/2076-6297.2019.11.4.121-140.
15. Зябриков В. В. Роли и функции менеджмента // *Креативная экономика*. 2016. Т. 10, № 11. С. 1305–1322. doi: 10.18334/ce.10.11.36976
16. Кошарная Г. Б., Мордишева Л. Н. Проблема отчуждения труда работников в современных организациях // *Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки*. 2012. № 1 (21). С. 78–86.
17. Красиков О. А., Рощина И. В. Оппортунизм и трудовой оппортунизм работников: общие и специфические черты, причины проявления // *Вестник Томского государственного университета. Экономика*. 2018. № 42. doi: 10.17223/19988648/42/8.
18. Маркс К., Энгельс Ф. *Отчужденный труд* // *Сочинения*. М. : Политиздат, 1974. Т. 42. С. 86–99.
19. Маршев В. И., Отабоев Ж. Б. Размышления о ролях менеджеров: прошлое и настоящее // *Управленческие науки*. 2019. № 9 (2). С. 94–106. doi: 10.26794/2404-022X-2019-9-2-94-106.
20. Морозов В. А. Совместимость стилей (ролей) управления организацией (предприятием) // *Креативная экономика*. 2012. Т. 6. № 7. С. 24–30.
21. Плетнёв Д. А., Козлова Е. В. К вопросу оценки отчуждения и поведенческого оппортунизма работников предприятий и корпораций // *Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки*. 2020. Т. 13, № 3. С. 141–157. doi: 10.18721/JE.13311.
22. Попов Е. В., Симонова В. Л. Сущность эндогенного оппортунизма // *Вестник УГТУ-УПИ*. 2004. № 10. С. 5–12.
23. Радаев В. В. *Экономическая социология*. М. : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008. 608 с.
24. Симонова В. Л., Попов Е. В. Внутрифирменный оппортунизм и его воздействие на эффективность бизнеса // *Конкурентоспособность региона*. Екатеринбург : ИЭ УрО РАН, 2003. С. 181–185.
25. Фролов А. А., Илалудинова Е. Ю., Аксёнов С. И. Ицхак Адизес и Антон Макаренко: развитие — основа успеха организации // *Народное образование*. 2016. № 1. С. 7–17.
26. Фромм Э. *Анатомия человеческой деструктивности* / пер. с англ. Э. М. Телятниковой, Т. В. Панфиловой. М. : АСТ, 2004.
27. Цыпин П. Е. Код Адизеса как инструмент формирования менеджерских команд // *Бизнес и дизайн ревю*. 2019. № 2 (14). С. 11.
28. Щукина Е. С., Дмитрова Т. Ю., Имамудинова О. Ф. *Оппортунистическое поведение работников в системе отношений труда и капитала*. Оренбург : ОГУ, 2012. 121 с.

References

1. Adizes I. The developing nations and self-management. Problems of implementation and the role of professional management. Research Paper. Institute of Industrial Relations. University of California. Los Angeles; 1977.
2. Dooley TF. A study of the measurement of a continuum of alienation/integration in terms of its five alternate meanings as these are related to selected sociological factors. Master's Thesis, Milwaukee, Wisconsin; 1971.
3. Maddi SR. The Story of Hardiness: Twenty Years of Theorizing, Research and Practice. *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*. 2002;54(3):175-185.
4. Pletnev D, Kozlova E. Employee's Behavioral Opportunism and Alienation in Russian Firms. *Contemporary Economics*. 2022;16(1):106-120. doi: 10.5709/ce.1897-9254.471.
5. Pletnev D, Kozlova E. ICT as an Employee Engagement Driver: Evidence from Russian Firms. In: Bilgin MH, Danis H, Demir E, Zarembo A. (eds.) Eurasian Business and Economics Perspectives. *Eurasian Studies in Business and Economics*. 2022;(21):201-212. doi: 10.1007/978-3-030-94036-2_11.
6. Rayce SB, Kreiner S, Damsgaard et al. Measurement of alienation among adolescents: construct validity of three scales on powerlessness, meaninglessness and social isolation. *Journal of Patient-Reported Outcomes*. 2018;2(1):14.
7. Seggie S, Griffith D, Jap S. Passive and Active Opportunism in Interorganizational Exchange. *Journal of Marketing*. 2013;77(6):73-90.
8. Wathne K, Heide J. Opportunism in Interfirm Relationships: Forms, Outcomes, and Solutions. *Journal of Marketing*. 2000;(64):36-51.
9. Williamson OE. Behavioral Assumptions. In: Williamson OE. The Economic Institutions of Capitalism. Firms, Markets, Relational Contracting. N.Y.: The Free Press; 1985. Pp. 44–52.
10. Adizes IK. Management of changes without shocks and conflicts. Moscow: Alpina Digital; 2004. 179 p.
11. Antonenko EV. The costs of the opportunistic behavior of the counterparty as components of the transaction costs of an industrial enterprise. *Upravleniye investitsiyami i innovatsiyami = Management of investments and innovations*. 2016;(4):11-17. doi: 10.14529/iimj160402. (In Russ.).
12. Barkhatov VI, Pletnev DA. Integration of theories of life cycles into the evolutionary theory of the corporation. *Vestnik Tambovskogo universiteta. Seriya: Gumanitarnyye nauki = Bulletin of the Tambov University. Series: Humanities*. 2013;3(119):150-157. (In Russ.).
13. Gataullina RR. Measuring the level of opportunism of employees in an organization. *Nauchno-issledovatel'skiye publikatsii = Research publications*. 2015;6(26):61-64. (In Russ.).
14. Danilova DI, Rozmainsky IV. An empirical analysis of opportunism based on a survey of university students. *Journal of Institutional Studies*. 2019;11(4):121-140. doi: 10.17835/2076-6297.2019.11.4.121-140. (In Russ.).
15. Zyabrikov VV. Roles and functions of management. *Kreativnaya ekonomika = Creative Economy*. 2016;10(11):1305-1322. doi: 10.18334/ce.10.11.36976. (In Russ.).
16. Kosharnaya GB, Mordisheva LN. The problem of alienation of labor of workers in modern organizations. *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedeniy. Povolzhskiy region. Obshchestvennyye nauki = News of higher educational institutions. Volga region. Social Sciences*. 2012;1(21):78-86. (In Russ.).
17. Krasikov OA, Roshchina IV. Opportunism and labor opportunism of workers: common and specific features, causes of manifestation. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomika = Bulletin of the Tomsk State University. Economy*. 2018;(42). doi: 10.17223/19988648/42/8. (In Russ.).
18. Marx K, Engels F. Alienated labor. In: Sochineniya = Essays. Vol. 42. Moscow: Politizdat; 1974. (In Russ.).
19. Marshev VI, Otaboev ZhB. Reflections on the roles of managers: past and present. *Upravlencheskiye nauki = Management Sciences*. 2019;9(2):94-106. doi: 10.26794/2404-022X-2019-9-2-94-106. (In Russ.).
20. Morozov VA. Compatibility of styles (roles) of organization (enterprise) management. *Kreativnaya ekonomika = Creative Economy*. 2012;6(7):24-30. (In Russ.).
21. Pletnev DA, Kozlova EV. On the issue of assessing alienation and behavioral opportunism of employees of enterprises and corporations. *Nauchno-tehnicheskkiye vedomosti SPbGPU. Ekonomicheskkiye nauki = St. Petersburg State Polytechnical University Journal. Economics*. 2020;13(3):141-157. doi: 10.18721/JE.13311. (In Russ.).
22. Popov EV, Simonova VL. The essence of endogenous opportunism. *Vestnik UGTU-UPI = Bulletin of the USTU-UPI*. 2004;(10):5-12. (In Russ.).

23. Radaev VV. Economic sociology. Moscow: Ed. House of the State University Higher School of Economics; 2008. 608 p. (In Russ.).

24. Simonova VL, Popov EV. Intra-company opportunism and its impact on business efficiency. *Konkurentosposobnost' regiona = Competitiveness of the region*. 2003:181-185. (In Russ.).

25. Frolov AA, Ilaltdinova EYu, Aksenov SI. Yitzhak Adizes and Anton Makarenko: development is the basis for the success of an organization. *Narodnoye obrazovaniye = National Education*. 2016;(1):7-17. (In Russ.).

26. Fromm E. Anatomy of human destructiveness. Moscow: AST; 2004. (In Russ.).

27. Tsybin PE. Adizes code as a tool for the formation of managerial teams. *Biznes i dizayn revyu = Business and Design Review*. 2019;2(14):11. (In Russ.).

28. Shchukina ES, Dmitrova TYu, Imamutdinova OF. Opportunistic behavior of workers in the system of relations between labor and capital. Orenburg: OGU; 2012. 121 p. (In Russ.).

Информация об авторах

Д. А. Плетнёв — кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики отраслей и рынков.

Е. В. Козлова — старший преподаватель кафедры экономики отраслей и рынков.

Information about the authors

D. A. Pletnev — Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Professor of the Department of Industry and Market Economics.

E. V. Kozlova — Senior Lecturer of the Department of Industry and Market Economics.

Статья поступила в редакцию 14.03.2023; одобрена после рецензирования 27.03.2023; принята к публикации 31.03.2023.

The article was submitted 14.03.2023; approved after reviewing 27.03.2023; accepted for publication 31.03.2023.

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

The authors declare no conflicts of interests.