

DOI: 10.18721/JE.13311
УДК 331.445

К ВОПРОСУ ОЦЕНКИ ОТЧУЖДЕНИЯ И ПОВЕДЕНЧЕСКОГО ОПОРТУНИЗМА РАБОТНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЙ И КОРПОРАЦИЙ

Плетнёв Д.А., Козлова Е.В.

Челябинский государственный университет,
Челябинск, Российская Федерация

В статье на основе анализа существующих исследований и полученных ранее авторами результатов предлагается новый подход к оценке поведенческого оппортунизма и отчуждения работников в современных предприятиях и корпорациях. Обоснована методика оценки четырех компонентов социального отчуждения (самоотчуждение, бессилие, социальная изоляция и бессмысленность), а также шести форм поведенческого оппортунизма: четырех для оппортунизма действия (ложь или искажение фактов, нарушение договоренностей, преувеличение сложностей, использование непредвиденных событий для извлечения выгоды), двух для оппортунизма бездействия (сокрытие информации и небрежность). Предлагается использовать комбинацию опроса, включающего прямые (для оценки степени отчуждения, шестнадцать вопросов, по четыре на каждый компонент), и непрямые вопросы (для оценки готовности к поведенческому оппортунизму, шесть вопросов с пятью вариантами ответа каждый), а также количественной оценки степени отчуждения и уровня поведенческого оппортунизма, представленного как комбинация двух явлений — готовности субъектов к оппортунизму и условий для их проявления. Рассматриваются структурные элементы обоих явлений и предлагаются инструменты для их измерения, обосновывается их взаимосвязь. Предложены подходы к оценке и интерпретации полученных в ходе применения предложенной методики результатов, а также направления дальнейшего использования предлагаемой в статье методологии. Особенностью предлагаемой методологии является широкие возможности ее использования на практике, в том числе для мониторинга корпоративной культуры современных предприятий. Она позволяет оценивать степень отчуждения и уровень поведенческого оппортунизма и социального отчуждения как для отдельного работника, так и для их групп (отделов, представителей одного профиля деятельности, отдельно для рядовых работников и менеджеров), а также для предприятия целиком. Особое значение предлагаемый подход имеет для оценки корпоративной культуры и качества институтов, существующих в корпорации на уровне взаимодействия ее основных субъектов: работников, менеджеров и владельцев.

Ключевые слова: отчуждение, оппортунизм, корпорации, предприятия, измерение, оценка

Ссылка при цитировании: 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

Это статья открытого доступа, распространяемая по лицензии CC BY-NC 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

ASSESSMENT OF ALIENATION AND BEHAVIORAL OPPORTUNISM OF ENTERPRISES AND CORPORATIONS PERSONNEL

D.A. Pletnev, E.V. Kozlova

Chelyabinsk State University,
Chelyabinsk, Russian Federation

The research combines systematization of existing publications and the results obtained earlier by the authors to propose a new approach to assessment of alienation and behavioral opportunism of personnel at modern enterprises and corporations. The paper presents a rationale for assessing the four components of social alienation (self-estrangement, powerlessness, social isolation, and meaninglessness), and six forms of behavioral opportunism: four for opportunism by commission (lying or misrepresentation, violation of agreements, exaggeration of difficulties, using unforeseen events for benefits), as well as two forms of opportunism by omission (information hiding and negligence). The authors propose to use a combination of surveys with direct (to evaluate the degree of alienation, sixteen questions, four for each component) and indirect (to evaluate willingness for behavioral opportunism, six questions with five answer options each) questions and a quantitative assessment of the degree of alienation and the level of behavioral opportunism. We regarded opportunism as a complex of two phenomena (the subjects' willingness to opportunism and the conditions for its manifestation). We considered structural elements of both phenomena and proposed tools for their measurement, also substantiating their interrelation. We propose approaches to the assessment and interpretation of the results obtained during the application of the proposed methodology. A feature of the proposed methodology is the extensive possibilities of its use in practice, including for monitoring the corporate culture of modern enterprises. It allows assessing the degree of alienation and the level of behavioral opportunism and social exclusion both for an individual worker and for their groups (departments, representatives of one profile, separately for employees and managers), as well as for the enterprise as a whole. Of particular importance is the proposed approach for assessing the corporate culture and the quality of institutions existing in a corporation at the level of interaction of its main subjects: employees, managers, and owners.

Keywords: alienation, opportunism, corporations, enterprises, measurement, evaluation

Citation: D.A. Pletnev, E.V. Kozlova, Towards evaluation of alienation and behavioral opportunism of enterprises and corporations workers, St. Petersburg State Polytechnical University Journal. Economics, 13 (3) (2020) 141–157. DOI: 1018721/JE.13311

This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

Введение

В условиях массового внедрения новых технологий в производство и систему его организации не происходит ожидаемого многими опережающего роста производительности труда. К числу значимых факторов, оказывающих отрицательное влияние на производительность труда и в целом на эффективность предприятий и корпораций, относятся усиливающееся социальное отчуждение всех субъектов современного производства (работников, менеджеров, других стейкхолдеров), приводящее к увеличению уровня их поведенческого оппортунизма, появлению новых его форм. Социальное отчуждение и поведенческий оппортунизм из ординарных социальных явлений превращаются в ключевые барьеры на пути к повышению эффективности современного общественного производства. В литературе значительное число работ посвящено пониманию сущности, причин и возможностям их преодоления. Вместе с тем, на инструментальном уровне, предполагающем измерение, оценку и управление обозначенных выше явлений, успехи современной науки существенно скромнее. Более того, исследований, в которых бы эти явления были бы рассмотрены как части одно целого, авторам не встретилось. Целью настоящей статьи является разработка концептуальной схемы измерения отчуждения и поведенческого оппортунизма, а также практическое воплощение этой методики.

Для достижения цели в работе последовательно решаются следующие задачи:

1. Анализируются существующие подходы к объяснению природы и оценке социального отчуждения и поведенческого оппортунизма;
2. Предлагается авторская методика оценки отчуждения и оппортунизма работников предприятий и корпораций, включающая опросные листы и способы их обработки;
3. Формулируются предложения для дальнейшего анализа получаемых результатов, определяются перспективные направления для дальнейшего исследования.

Объектом исследования выступают отчуждение и поведенческий оппортунизм работников предприятий и корпораций, а предметом исследования — методы измерения степени отчуждения и уровня поведенческого оппортунизма.

Методология

Концептуально мы разделяем подходы к пониманию социального отчуждения как результата развития и родовой черты капиталистического способа производства, которые берут свое начало в классической работе К. Маркса, определившего четыре типа социального отчуждения работника: от процесса труда, от его результатов, от других работников и от самого себя. В дальнейшем проблему отчуждения человека в современном мире и особенно в процессе общественного производства исследовали Э. Фромм [13], Х. Дамс [21], П. Арчибальд [17], Д. Берстон [18]. Также она широко освещается в современных работах российских авторов (философов, психологов, социологов и экономистов): А.В. Бузгалина [3], В.Ю. Комбарова [6], В.Э. Бойкова [2], Ф.И. Минюшева [9], Я. Григоровой [4], А.Л. Темницкого и О.Н. Максимовой [12], Н.С. Шадрина [14], Н.Н. Исаченко [5]. В указанных работах рассматривается феномен отчуждения в различных теоретических дискурсах и в рамках различных исследовательских программ (философской, социологической, политэкономической). Констатируется усиление отчуждения человека вообще, а также работников и менеджеров предприятий и корпораций особенно на современном этапе.

В основе современных подходов к оценке социального отчуждения лежит концепция М. Симана [39], который определил ее на уровне феномена как сочетание пяти смыслов, обычно вкладываемых в это понятие: бессмысленность (meaninglessness), аномию (normlessness), бессилие (powerlessness), изоляция (isolation) и самоотчуждение (self-estrangement).

Д. Дин [22, 23] рассматривал отчуждение как социальный феномен, представляющий интерес для политологов в ходе изучения факторов, влияющих на результаты выборов. Он предлагал рассматривать только три из определенных М. Симаном типов: беспомощность, аномию и социальную изоляцию (такой вывод был сделан после того, как была выявлена тесная связь в проявлении беспомощности и двух оставшихся типов, из-за чего их было предложено объединить).

Дж. О'Коннелл [33] первым предложил перейти от бинарного восприятия отчуждения по принципу «отчужден или нет» к оценке степени отчуждения, на шкале «отчуждение-интегрирование». Этот подход сделал социальное отчуждение более операциональным понятием, и позволило проводить эмпирические исследования с достаточно подробным ответом на вопрос о том, насколько сильно социальное отчуждение у индивидов и их групп.

Одно из таких исследований представлено в работе Т. Дули [24]. Он провел масштабное исследование пяти компонентов отчуждения при помощи следующего опросника (табл. 1).

С. Рейс с коллегами [36], в ходе изучения отчуждения как индивидуального феномена с психологической точки зрения, предложили анализировать три его компонента: бессилие (powerlessness), бессмысленность (meaninglessness), и социальную изоляцию (social isolation). Специфика проведенного ими исследования определялась тем, что они сконцентрировались на подростках как целевой группе, однако сам подход заслуживает внимания. Каждый из компонентов отчуждения измерялся тремя-пятью переменными в качественной шкале (от «никогда» до «всегда»), и в результате выводилась итоговая оценка степени отчуждения. На основе этой шкалы измерения было проведено масштабное исследование феномена отчуждения среди подростков в Дании, а также несколько последующих исследований.

Среди российских авторов стоит выделить исследование В.Н. Белкина, Н.А. Белкиной и О.А. Антоновой [1], которые предложили и реализовали на практике конкретную методику оценки степени отчуждения работников на предприятии. В ней использовалось несколько вопросов, для каждого из которых предлагалось три варианта ответа: «улучшилось», «осталось без изменений» и «ухудшилось» (или подобными, в зависимости от вопроса).

Таблица 1. Идентифицирующие вопросы в исследовании Т. Дули [24]
Table 1. Identifying questions in T. Dooley's study [24]

Компонент отчуждения	Идентифицирующий вопрос
аномия/ законопослушность	Некоторые правила лучше соблюдать, игнорируя их
	Лучше просто игнорировать правило, которое я считаю бесполезным, чем трудиться, чтобы соответствовать ему
	Чтобы быть эффективным человеком, следует «бороться с системой»
	Иногда лучше идти вперед и делать то, что Вы хотите или чувствуете, что должны делать, а не пытаться получить разрешение
	Для достижения нужных мне целей я готов «играть в политику»
	Правила, директивы и политика начальства для меня реалистичны
	Иногда я чувствую, что бьюсь головой об стену, и все же я должен соблюдать все правила, распоряжения и политику фирмы
самоотчуждение/ самореализация	Я чувствую, что работаю на полную мощность
	Я чувствую, что «весь я» принадлежу этой жизни, сопричастен ей
	Мои обязанности в фирме имеют для меня значение (важны для меня)
	Я чувствую, что профессионально расту
	То, чем я занимаюсь, важно для меня
	Я чувствую, что у меня развивается чувство ответственности по мере выполнения моих рабочих обязанностей
	Я чувствую, что на работе я выжидаю момент, когда смогу выйти вперед и сделать то, что могу сделать именно я
	Я чувствую, что начальство использует те таланты, которыми я наделен
	Большая часть моего обучения на работе бесполезна
бессилие/ мошь	С точки зрения реального влияния на поведение фирмы, я чувствую, что я эффективный и влиятельный работник
	Я могу влиять на формирование политики руководства
	Я мог бы оказать эффективное влияние на формирование политики в фирме
	Я чувствую себя важным, когда речь идет о планировании в фирме
	У меня есть в фирме власть
	Начальство использует мои идеи и предложения при подготовке важных управленческих решений на уровне фирмы
	Начальство принимает решения, считаясь со мной как с членом фирмы
	Я могу влиять на будущую политику фирмы посредством своих коллег
социальная изоляция/ инкорпорирование	Я в полной мере получаю от коллег поддержку, которая мне необходима
	Наши с коллегами ценности во многом совпадают
	Мое желание общаться практически полностью может быть удовлетворено моими коллегами
	Мои коллеги знают «настоящего меня»
	Общественная жизнь в фирме – удовлетворительный ответ на мои персональные нужды и желания как человека
	Я – именно тот тип работника, который нужен фирме
	Начальство знает «настоящего меня»
	Я чувствую всеми фибрами души, что эта жизнь и работа – именно то, что мне нужно
Я лично убежден в справедливости ценностей и мировоззрений, которые фирма пытается развить во мне	

бессмысленность/ наполненность смыслом	Именно благодаря фирме я знаю, что такое полноценная жизнь
	То, что ожидается от меня в смысле следования правилам, близко моим внутренним потребностям
	Фирма научила меня, как вести полноценную жизнь
	Требования, выдвигаемые начальниками и правилами фирмы, кажутся мне разумными
	Способ моих действий, определяемый начальством и правилами, кажется мне разумным
	Повседневная жизнь в фирме в целом удовлетворяет мои потребности моего бытия как человека

Исследование оппортунизма в современной экономической науке активно началось с 1970-х гг. Концепция поведенческого оппортунизма в корпорациях развивалась автономно от во многом его обуславливающего отчуждения работника. В основном делался акцент на явленческом уровне. Анализировались конкретные формы пред- и постконтрактного оппортунизма. Оппортунизм в экономике имеет классическое определение, данное в [42]: «поведение в личных целях с использованием коварства». В качестве признаков «коварства» обычно предлагают использовать маркеры «хитрости, двуличия, обмана».

К. Ватн и Дж. Хейд [41] предложили различать активную и пассивную формы оппортунизма. В основу их выделения они положили различный результат их действия: в первом случае речь идет о влиянии на создание богатства, а во втором — о распределении. На уровне конкретных проявлений активный оппортунизм — это оппортунизм действия, предполагающий использование лжи [31], нарушение формальных и неформальных соглашений [15], искажение фактов [28], заведомо ложные обвинения [27], преувеличение сложностей [16], а также использование непредвиденных событий для получения дополнительных преимуществ для себя во взаимодействиях [37]. Пассивный же оппортунизм предполагает реализацию собственного интереса через умолчание, в том числе посредством «не делать так, как было обещано» [27], сокрытие информации [20], недоговаривание правды [16], небрежность в выполнении обязательств [31].

С. Сегги, Д. Гриффит и С. Япп [40] провели эмпирический анализ различий активной и пассивной форм поведенческого оппортунизма. Они идентифицировали шесть возможных стратегий экономического агента, встретившего оппортунистическое поведение противоположной стороны отношений: пассивное принятие, конструктивная дискуссия, агрессия, небрежность, угроза ухода, уход, и рассмотрели различие в частоте их применения в качестве реакции на активный и пассивный оппортунизм. Также они провели анализ терпимости к проявлению активного и пассивного оппортунизма со стороны коллег. На основе проведенного анализа был сделан вывод о влиянии активного и пассивного оппортунизма на трансакционные издержки, а также выявлен долгосрочный негативный эффект оппортунизма на экономические отношения.

В [32] были проверены и подтверждены гипотезы о том, что индивидуальные стимулы оказывают существенное влияние на проявление оппортунизма в фирмах, при этом измерение оппортунизма велось по различию в качестве работы — изменение в доле брака при достаточно простой и однообразной работе, когда работникам сообщалось, что за ними вводится сплошной контроль, признавался индикатором оппортунизма.

Целый ряд работ посвящены культурным особенностям проявления оппортунизма [19, 25, 29, 38]. С. Ганесан [26] провел сравнение оппортунистического и «неэтичного» поведения, при этом сравнение также осуществлялось в контексте двух вариантов поведения — действия или бездействия.

Исследование Е. Попова и В. Симоновой [34] выявило прямую связь между уровнем проявления оппортунизма в форме использования служебного положения и уровнем заработной платы, а также обратную связь между ее уровнем и отлыниванием. Уровень оппортунизма в форме отлынивания можно рассматривается как отношение изменения объемов выпуска в результате

отлынивания сотрудников к возможному объему выпуска. Оппортунизм в форме небрежности и злоупотребления служебным положением оценивается как отношение изменения уровня затрат в результате проявления такого оппортунизма к потенциально возможному уровню затрат.

Методика оценки уровня оппортунизма, предложенная В. Белкиным, Н. Белкиной и О. Антоновой [1], основана на балльной системе, где 1 балл соответствует полному отсутствию оппортунизма на предприятии, 3 балла — средний уровень, 5 — высокий уровень. Базой послужили результаты социологического опроса сотрудников предприятий и оценка оппортунистического поведения по степени контроля на предприятии, загруженности, опозданиям, отлыниванию и инициативе. Оценка общего уровня оппортунизма на предприятии соответствует среднему баллу среди всех показателей.

При анализе трудового оппортунизма работников О. Красиков и И. Рошина [7] предлагают рассматривать внутренние по отношению к человеку причины. Они определяют трудовой потенциал сотрудника и его психологический портрет. Предложенная методика включает оценку пяти ключевых параметров: эмоциональный интеллект, черты характера, общая эмоциональность, эмоциональный труд и эмоциональное истощение. Оценка каждого из параметров позволяет оценить оппортунизм работников и оказывать управляющее воздействие на указанные параметры.

В результате обобщения представленных выше подходов авторами настоящего исследования была разработана методика оценки «готовности к оппортунизму» работников корпорации [30]. Она была основана на проведении опроса, в котором респондентам предлагались гипотетические ситуации, и несколько вариантов действий в них. По выбору того или иного варианта действия делался вывод о приверженности либо добросовестному поведению (в каждом вопросе такой вариант был), либо одной из разновидностей оппортунистического поведения (для этого использовалась классификация [42]). В результате ее тестирования на студентах университета удалось получить интересные эмпирические результаты, опубликованные в [11], а также получить важную обратную связь, что использовано в настоящей работе для совершенствования методологии.

Важным методологическим вопросом разработки методики одновременного измерения отчуждения работников и поведенческого оппортунизма является способ интерпретации полученных первичных результатов. Даже при том, что мы можем полагаться на достоверность полученных результатов, сложности с интерпретацией серьезно снижают потенциал дальнейшего использования этих результатов.

Применительно к результатам опросов, в которых допускается не только бинарный ответ (да/нет), но и качественные различия степени согласия респондента с тем или иным утверждением, варианты с его интерпретацией по принципу «доля положительных ответов» не будут корректными. Необходимо использовать более чувствительную систему, которая предполагает измерение степени проявления каждой формы отчуждения (и поведенческого оппортунизма) у каждого респондента и в целом по выборке. Иными словами, в результате применения такой методики должен быть дан ответ на вопрос, в какой степени работник отчужден, в какой степени проявляется каждая из форм его отчуждения, в какой степени он готов следовать поведенческому оппортунизму и в каких именно формах, а также в какой степени ему может быть это позволено.

Для этого предлагается использовать унифицированную шкалу — от 0 до 1, а также пропорциональное число вопросов и вариантов ответов, позволяющих измерять каждую форму отчуждения и оппортунизма. Из практических соображений было решено остановиться на четырех вопросах и вариантах ответов для каждой формы.

Для измерения отчуждения работников предлагается использовать вопросы по типу предложенных Дули [24]. Каждый вопрос предполагает четыре степени согласия и один «неопределенный» вариант: «определенно да», «скорее да», «сложно сказать», «скорее нет», «определенно нет». Соответственно эти варианты ответы трансформируются в количественные оценки (1; 0,25; 0,5; 0,75; 0).

Для оценки проявления каждой формы отчуждения (у разных авторов их число может быть от трех до пяти) целесообразно использовать по четыре вопроса, выводя степень отчуждения работника по средним значениям количественных оценок. Таким образом может быть оценена степень его отчуждения «вообще» и по конкретным направлениям, и все в единообразной шкале от 0 до 1, где 0 будет означать отсутствие отчуждения и полную вовлеченность работника в трудовую деятельность, а 1 — полное отчуждение.

Для оценки готовности работников к проявлению поведенческого оппортунизма предполагается использовать модифицированный опросник, использованный авторами в [11]. Целесообразно сократить число выявляемых форм оппортунизма, объединив синонимичные, а также сократить число вопросов и унифицировать их. При этом число вариантов ответов, идентифицирующих каждую из оставшихся форм оппортунизма, целесообразно также сохранить в количестве четырех. Тогда выбор в каждом вопросе варианта с соответствующей формой может быть интерпретировано как следование оппортунизму в этой форме. Количество таких вариантов покажет, насколько сильно стремление именно к такой форме. Градация будет немного иной, чем при интерпретации степени отчуждения: 0; 0,25; 0,5; 0,75; 1. Однако в этом случае единицей анализа будет не конкретный вопрос, а вся совокупность вопросов, направленных на выявление готовности к оппортунизму. Такие сложности связаны с тем, что вопросы про оппортунистическое поведение «в лоб» даже в случае анонимного анкетирования, могут привести к систематической ошибке, когда респонденты будут стремиться в своих ответах казаться лучше, чем есть на самом деле. А гипотетические вопросы позволяют снять подобные социальные ограничения и получить более достоверные ответы. Для получения обобщающих оценок для пассивного и активного оппортунизма, а также в целом для готовности работника к оппортунизму, следует вычислять средние значения соответствующих индикаторов. Таким образом будут получены оценки степени готовности к проявлению оппортунизма вообще и каждой из его форм в шкале от 0 до 1.

Для оценки условий для проявления оппортунизма будут использованы прямые вопросы, по которым будет та же градация ответов, что и в случае социального отчуждения, и итоговая оценка будет дана как среднее по результатам каждого вопроса. Считаем целесообразным для этого использовать не более 5 вопросов. Итоговая оценка оппортунизма будет получена перемножением индивидуального индикатора готовности к оппортунизму.

Результаты

На основе анализа рассмотренных в обзоре литературе методик, собственного опыта авторов, а также используя метод обобщения, для оценки степени отчуждения работников в корпорациях предлагается использовать опросный лист, состоящий из 16 вопросов, раскрывающих степень проявления четырех компонентов отчуждения (табл.2).

Полное согласие респондента со всеми вариантами ответов, соответствующих наличию признаков отчуждения, означает, что в предложенной шкале уровень его (ее) отчуждения характеризуется значением 1. При оценке степени отчуждения каждого респондента все вопросы принимаются равнозначными. Тогда для вычисления этой степени у i -го респондента можно воспользоваться формулой¹:

$$L_i^{al} = \frac{1}{16} \sum_{j=1}^4 \sum_{k=1}^4 A_{ijk} \quad (1)$$

где $A_{ijk} = \{0; 1/4; 1/2; 3/4; 1\}$ — числовая характеристика ответа i -го респондента на k -й вопрос, относящийся к раскрытию j -го компонента отчуждения (из пяти: «определенно да», «скорее да»,

¹ Здесь и далее, в индексах всех формул используются сокращения от англоязычных формулировок: “al” — alienation, “opp” — opportunism, “w” — willingness, “oc” — opportunism by commission, “oo” — opportunism by omission.

«сложно сказать», «скорее нет», «определенно нет»), большим значениям соответствует более высокая степень отчуждения.

Таблица 2 . Разработанный опросный лист для оценки степени отчуждения работников
Table 2. Developed questionnaire to assess the degree of alienation of workers

Компонент отчуждения	Идентифицирующий вопрос
1. Самоотчуждение/ самореализация	Я чувствую, что работаю на полную мощность
	Мои обязанности в фирме важны для меня
	Большая часть моего обучения на работе бесполезна
	Я чувствую, что начальство использует мои таланты и способности
2. Бессилие/мощь	Я чувствую, что я эффективный и влиятельный работник моей организации
	Я могу влиять на политику фирмы посредством своих коллег
	Начальство использует мои идеи и предложения при подготовке важных решений на уровне фирмы
	Я знаю, как решать возникающие проблемы на работе
3. Социальная изоляция/ Инкорпорирование	Я в полной мере получаю от коллег поддержку, которая мне необходима
	Наши с коллегами ценности во многом совпадают
	Я лично убежден в справедливости ценностей и мировоззрений, которые фирма пытается развить во мне
	Я могу обратиться за поддержкой к своим коллегам или руководству при возникновении трудностей»)
4. Бесмысленность/ наполненность смыслом	То, что ожидается от меня в смысле следования правилам, близко моим внутренним потребностям
	Способ моих действий, определяемый начальством и правилами, кажется мне разумным
	Я чувствую, что в моих повседневных рабочих обязанностях есть смысл
	Я понимаю существующую в организации систему начисления заработной платы и согласен(на) с ней

Для оценки готовности к поведенческому оппортунизму предлагается использовать опросник из шести вопросов, в каждом из которых будут предложены ситуации, предполагающие различные варианты реакции респондентов. Всего будет предложено пять вариантов такой реакции, один из которых соответствует добросовестному поведению, а четыре — различным формам активного и пассивного оппортунизма (в каждом вопросе обязательно будут присутствовать варианты ответа и для активных, и для пассивных форм). Всего предлагается рассматривать четыре формы активного оппортунизма и две — пассивного. Окончательный перечень анализируемых форм оппортунизма представлен в табл. 3. Вопросы для выявления склонности респондентов к оппортунизму и конкретным его формам, будут сформулированы следующим образом (табл. 4).

Таблица 3. Измеряемые формы активного и пассивного оппортунизма
Table 3. Measurable forms of opportunism by commission and opportunism by omission

Код	Формы оппортунизма
С	Оппортунизм действия:
С1	Ложь или искажение фактов
С2	Нарушение договоренностей
С3	Преувеличение сложностей
С4	Использование непредвиденных событий для извлечения выгоды

О	Оппортунизм бездействия
О1	Соккрытие информации
О2	Небрежность

Таблица 4. Вопросы для выявления склонности респондентов к оппортунизму и конкретным его формам

Table 4. Questions to identify respondents' propensity for opportunism and its specific forms

1. Вам поручили выполнение работы по контролю качества принимаемых на фирму материалов (пиломатериалы) вместе с коллегой. Партия очень большая, и для соблюдения регламента работы вам нужно проверять достаточно много. Скоро конец рабочего дня, и вас торопят все: кладовщик, грузчики, водитель. Ваш коллега предлагает проверять качество материалов в два раза реже, чем предписано, тем более что никто и не догадается, что вы будете нарушать регламент. Ваши действия:	
1. Буду делать свою работу по регламенту, и не важно, сколько времени на это уйдет	Н
2. Соглашусь с коллегой и буду проверять в два раза реже, чтобы ускорить процесс	С2
3. Буду делать свою работу по регламенту, но до конца рабочего дня, а завтра продолжу	О2
4. Буду делать свою работу по регламенту, но завтра укажу начальству на факт своей переработки и попрошу компенсировать ее	С4
5. Предложу коллеге проверить только первые экземпляры материалов: все равно обычно от этого поставщика все приходит требуемого качества, и заполню все документы «из головы»	С1
2. Когда Вас нанимали на работу, был четко обозначен круг обязанностей с оговоркой «ну и разовые поручения в сфере профессиональной деятельности». Через полгода Вы замечаете, что Ваша работа всё больше отклоняется от первоначальных договоренностей и становится менее Вам интересной. При этом за качественное ее выполнение по неформальной договоренности с непосредственным начальником Вам выплачивалась премия. Вы узнали, что премиальный фонд на этот год практически исчерпан... Вы:	
1. Во время выдачи Вам очередного поручения скажете непосредственному начальнику, что это не входит в круг Ваших обязанностей, и Вы не успеваете исполнять свои прямые обязанности	С2
2. Будете делать часть работы «спустя рукава» — ведь ее всё равно никто не оценит..	О2
3. Обозначите факт своей высокой загруженности и, пользуясь случаем, попросите об освобождении Вас от наиболее скучной и рутинной работы	С4
4. Примите изменения как должное, так как понимаете, что лучше Вас никто с этой работой не справится	Н
5. Будете преувеличивать сложность данной работы, обращаясь с вопросами к начальнику на каждом этапе, пока он не поймет, что проще ее выполнить самому или порекомендовать другим сотрудникам	С3
3. Вы отправляетесь в командировку в Москву, и выбираете рейс и вариант размещения: наиболее экономичный вариант – прилететь рано утром на деловую встречу, а после улечься домой. Но вас такой вариант не очень устраивает, потому что Вы сильно устанете, а еще хотели бы посетить пару мест «не по работе». Ваши действия:	
1. Умолчите о наличии раннего утреннего рейса и купите билет на предыдущий день	О1
2. Возьмете билет на вечерний рейс, а обратный — на следующий после переговоров день, мотивируя это тем, что (а) нужно быть заранее, чтобы не опоздать из-за возможных задержек рейсов и (б) переговоры могут затянуться	С3
3. Используйте именно этот рейс	Н
4. Возьмете билет на день раньше, обосновав необходимостью прибыть на переговоры заранее для подготовки и организации переговорного процесса, преувеличив их сложность и значимость	С1
5. Полетите утренним рейсом, но сначала решите личные дела и только потом поедете на встречу, даже если на нее придется немного опоздать	О2
4. Вы оформляете документацию для получения очень важного для фирмы кредита, и замечаете, что в ней по вине исполнителя, который готовил один из разделов, допущена ошибка. Это не Ваша зона ответственности, но если ошибка будет обнаружена в банке, то кредит, вполне вероятно, не дадут. На исправление ошибки Вам придется потратить не менее трёх часов, в банк документы должны прийти завтра, а виновный исполнитель не на связи. Вы предпочтете:	
1. Сделать все самому, так как от этого зависит успех важного для фирмы дела	Н

2. Написать начальству о выявленной проблеме, красочно расписав возникшую проблему, решить всё самому	C3
3. Исправление ошибки оставите на исполнителя, если удастся с ним связаться, но руководителю так ничего и не скажете	O1
4. Сообщите об ошибке начальству, сказав, что за ответственным за раздел работником подобные ошибки замечаются систематически	C1
5. Сделать вид, что не заметил, и надеяться на то, что это не заметят и в банке	C2
5. Вы возглавляли группу из трех работников, которой был поручен важный проект. В ходе его реализации вашим подчиненным была допущена ошибка во многом из-за того, что эта задача была для него новой и Вы его не проинструктировали подробно о возможных рисках при ее выполнении. Об этой ошибке стало известно Вашему начальнику, и он вызвал Вас разобраться. Вы:	
1. Скажете, что ошибка допущена подчиненным, но пообещаете взять все под контроль и исправить	C1
2. Умолчите о возможных последствиях допущенной ошибки для проекта, а также об отсутствии должного инструктажа с Вашей стороны	O1
3. Скажете, что это Ваша вина и пообещаете, что эта ошибка не повлияет на выполнение проекта	H
4. Укажете, что задача оказалась сложнее, чем Вы думали, и в качестве причины назовете спешку из-за сжатых сроков и попросите их продлить или дать вам больше исполнителей	C3
5. Предложите объявить выговор подчиненному, чтобы продемонстрировать начальнику свое принципиальное отношение к качеству выполняемой работы	C4
6. Вам не платят в полном объеме заработную плату в течение трех месяцев из-за трудностей, возникших из-за недобросовестности крупного клиента. Директор бьется изо всех сил, пытаясь сохранить фирму и коллектив, ищет новые заказы, берет кредиты. Однако наиболее здравомыслящие работники понимают, что вероятность того, что фирма не обанкротится в ближайшие полгода — не более 50%. Вы — один из наиболее уважаемых работников фирмы, и ваша реакция на трудности — для многих будет ориентиром. Ваши действия:	
1. Буду демонстрировать лояльность фирме и готовность отдать все силы для ее выхода из кризиса, параллельно скопирую всю важную информацию и буду ждать банкротства фирмы, чтобы обратиться к конкурентам с предложением о трудоустройстве к ним	C2
2. Брошу все силы на помощь директору, чтобы сохранить фирму и коллектив, пусть даже ценой понижения зарплаты в ближайший год, но с перспективой дальнейшего роста и компенсации всех потерь	H
3. Начну работать «спустя рукава», все силы направляя на открытие своего дела, благо что опыт и связи позволяют это сделать	O2
4. Подойду к директору, и откровенно поговорю об отсутствии у фирмы перспектив и предложу помощь в разработке стратегии ее ликвидации с максимальной выгодой для себя и директора	C4
5. Скроете часть негативной информации о реальном положении дел фирмы от начальника, чтобы подбодрить его	O1

Интерпретация полученных результатов готовности респондентов к оппортунизму будет осуществлена на трех уровнях:

1. Оценка доли вопросов, в которых респондент выбрал 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

2. Оценка сравнительной степени готовности к активному оппортунизму:

$$L_i^{oc.w} = \frac{1}{6} N^{oc}, \quad (3)$$

где N^{oc} — число вопросов, при ответе на которые выбраны варианты активного оппортунизма; и степени проявления пассивного оппортунизма:

$$L_i^{oo.w} = \frac{1}{6} N^{oo}, \quad (4)$$

где N^{oo} — число вопросов, при ответе на которые выбраны варианты активного оппортунизма.

Очевидно, что:

$$L_i^{opp.w} = L_i^{oc.w} + L_i^{oo.w}, \quad (5)$$

3. Оценка сравнительной силы проявления конкретной формы оппортунизма — по аналогичным (3) и (4) формулам, для каждой из предложенных форм.

Для оценки условий для проявления оппортунизма на рабочем месте будет задано пять прямых вопросов (табл. 5).

Таблица 5. Вопросы для выявления условий проявления оппортунизма
Table 5. Questions to identify the conditions for the manifestation of opportunism

№ п/п	Вариант вопроса
1	На предприятии используется информационная система, при помощи которой начальство может достоверно судить о прогрессе выполнения рабочих задач
2	Мое вознаграждение на работе существенно зависит от результатов моей работы
3	У меня на работе действует (и активно используется) система контроля доступа, включая регистрацию времени прихода и ухода
4	Корпоративная культура на работе существенно ограничивает возможности для сокрытия информации от начальства, каналы обратной связи работают хорошо
5	К моему рабочему компьютеру и просмотру рабочего экрана имеет удаленный доступ начальство или уполномоченное им лицо

На каждый из них можно дать один из пяти вариантов ответа (по аналогии с теми, которые применены для анализа отчуждения («определенно да», «скорее да», «сложно сказать», «скорее нет», «определенно нет») и с аналогичной числовой интерпретацией (см. формулу (1)):

$$C_i^{opp} = \frac{1}{5} \sum_{j=1}^5 A_{ij}, \quad (6)$$

где $A_{ij} = \{0; 1/4; 1/2; 3/4; 1\}$ — числовая характеристика ответа i -го респондента на j -й вопрос об условиях для реализации оппортунистического поведения (из пяти вариантов: «определенно да», «скорее да», «сложно сказать», «скорее нет», «определенно нет»), большим значениям соответствуют условия лучшей реализации оппортунистического поведения.

Тогда уровень оппортунизма можно определить перемножением показателя готовности субъекта к оппортунизму и показателя, характеризующего условия для его проявления:

$$L_i^{opp} = L_i^{opp.w} \times C_i^{opp}. \quad (7)$$

Анализ полученных результатов по различным группам респондентов, сопоставления степени отчуждения работников и их поведенческого оппортунизма также может дать обильную пищу для размышлений и интерпретаций результатов. Для этого предлагается использовать методы дисперсионного анализа, а также коэффициенты сопряженности Пирсона и Чупрова, методы кластерного анализа для выявления групп однородных по представленным признакам работников, критерий Манна-Уитни и эксплораторный факторный анализ для расширенной интерпретации результатов.

Таким образом, в результате исследования получены следующие основные результаты:

1. Разработан опросный лист и метод интерпретации результатов опроса для оценки степени отчуждения работников предприятий и организаций, включая четыре компонента отчуждения: самоотчуждение, бессилие, социальную изоляцию и бессмысленность;
2. Разработаны анкета для опроса, направленного на оценку уровня готовности к оппортунизму работников предприятий и корпораций, а также метод для интерпретации ее результатов, включая оценку различных форм открытого и скрытого оппортунизма;
3. Предложена методика оценки условий для проявления поведенческого оппортунизма на предприятии и, на ее основе, способ оценки уровня оппортунизма для работника и в целом для организации.
4. Определены методы для дальнейшего анализа отчуждения и поведенческого оппортунизма работников предприятий и корпораций.

Заключение

На наш взгляд, предлагаемая методика имеет универсальный характер и может использоваться для измерения отчуждения работников поведенческого оппортунизма на предприятиях и организациях любых форм собственности и любых размеров. При этом для ситуации ее использования в корпорациях она имеет свои важные особенности.

Во-первых, она позволит выявлять различия в степени проявления исследуемых явлений на разных уровнях управления: рядовые работники, линейные менеджеры, топ-менеджеры. Различия в измерении отчуждения и оппортунизма между этими группами позволит выявить системные проблемы в корпорации, связанные с вовлечением работников и с корпоративной культурой.

Во-вторых, для корпораций характерно действие целого ряда специфических факторов (система корпоративного управления, структура собственности, рыночная стоимость и ее динамика), изучение влияния которых на отчуждение и оппортунизм представляет особый интерес.

В-третьих, одной из предлагаемых нами гипотез является утверждение, что институциональная структура корпорации, образованная взаимодействием институтов принуждения, содействия и оппортунизма (подробнее — в [10]), влияет на степень проявления отчуждения и поведенческого оппортунизма. Предлагаемая методика, дополненная компактным опросником для выявления институциональной структуры корпорации, позволит проверить предлагаемую гипотезу.

Кроме того, важным представляется вопрос об интерпретации полученных значений показателей степени отчуждения и уровня оппортунизма. Согласно предложенной методике, все индивидуальные значения изменяются в пределах от 0 до 1, таким образом может быть получена усредненная оценка этих явлений по категориям работников и подразделениям, измеряемая в той же шкале. Конкретные выводы о рубежных значениях можно будет сделать после обработки достаточно большого числа анкет на основе анализа распределения полученных результатов. Также возможен анализ распределения долей различных вариантов ответов с целью выявления наиболее типичных мнений и оценок.

С практической точки зрения, применение предложенной методике позволит создать систему мониторинга корпоративной культуры и предоставит менеджменту корпораций удобный инструмент для анализа социальной среды, в которой они работают и принимают управленческие решения.

Направления дальнейших исследований

Полученные результаты могут использоваться для проведения опросов работников различных предприятий и корпораций с целью оценки степени отчуждения и уровня поведенческого оппортунизма. Оценка может быть произведена в разрезе профиля работы, отраслевой принадлежности, возраста, степени владения ИКТ и других факторов. Кроме того, перспективным направле-

нием дальнейших исследований является анализ взаимосвязи между социальным отчуждением конкретных работников, их групп и всех трудовых коллективов и уровнем их поведенческого оппортунизма, тестирование гипотезы о наличии связи между этими явлениями и, на основе этого, выявление драйверов изменения в институциональной структуре корпораций, направленных на преодоление отчуждения и поведенческого оппортунизма работников.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-010-00653

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Белкин В.Н., Белкина Н.А., Антонова О.А.** Отчуждение труда работников российских предприятий // Вестник Челябинского государственного университета. 2015. № 1(356). С. 80–88.
2. **Бойков В.Э.** Отчуждение труда в социальном измерении // Социология власти. 2010. № 2. С. 47–49.
3. **Бузгалин А.В.** Определенность, овещнение и отчуждение: актуальность абстрактных философских дискуссий // Вопросы философии. 2015. № 5. С. 124–129.
4. **Григорова Я.** Новые формы отчуждения творческого труда в постиндустриальном обществе // Альтернативы. 2012. № 1. С. 162–168.
5. **Исаченко Н.Н.** Отчуждение как детерминанта деструктивности современного общества // Вестник ВГУ. Серия: Философия. 2018. № 1. С. 25–30.
6. **Комбаров В.Ю.** «Трансотчуждение» как новая форма отчуждения работников современных российских промышленных предприятий // Вестник НГУ. Серия Философия. 2011. № 9–2. С. 65–70
7. **Красиков О., Рощина И.** Оппортунизм и трудовой оппортунизм работников: общие и специфические черты, причины проявления // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2018. № 42. С. 119–128. DOI: 10.17223/19988648/42/8
8. **Маркс К., Энгельс Ф.** Отчужденный труд // Маркс К., Энгельс Ф. Собр. соч. В 50 т. Т. 42. М.: Политиздат, 1974. С. 86–99.
9. **Минюшев Ф.И.** Социальное отчуждение. Опыт нового прочтения // Социологические исследования. 2011. № 4. С. 3–12.
10. **Плетнёв Д.А.** Возможности системной методологии в исследовании институциональной структуры корпорации // Журнал экономической теории. 2015. № 3. С. 229–234.
11. **Плетнёв Д.А., Козлова Е.В.** Оценка готовности к поведенческому оппортунизму молодых специалистов в условиях цифровой экономики // Цифровизация экономических систем: теория и практика / Под ред. А. В. Бабкина. СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2020. С. 528–550.
12. **Темницкий А.Л., Максимова О.Н.** Мотивация интенсивного труда рабочих промышленного предприятия // Социологические исследования. 2008. № 11. С. 13–23.
13. **Фромм Э.** Искусство любить: исследование природы любви. СПб.: Азбука-классика. 2007. 224 с.
14. **Шадрин Н.С.** О парадигмах анализа феномена отчуждения в современной психологии // Методология и история психологии. 2010. № 5–3. С. 141–153.
15. **Achrol R.S., Gundlach G.T.** Legal and social safeguards against opportunism in exchange. *Journal of Retailing*, 1999, no. 75–1, pp. 107–121.
16. **Anderson E.** Transaction costs as determinants of opportunism in integrated and independent sales forces. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 1988, no. 9–3, pp. 247–264.
17. **Archibald P.** Marx, globalization and alienation: Received and underappreciated wisdoms. *Critical Sociology*, 2009, no. 35(2), pp. 151–74.
18. **Burston D.** Cyborgs, zombies, and planetary death: Alienation in the 21st century. *The Humanist Psychologist*, 2014, no. 42–3, pp. 283–291.
19. **Chen C.C., Peng M.W., Saporito P.A.** Individualism, collectivism, and opportunism: A cultural perspective on transaction cost economics. *Journal of Management*, 2002, no. 28(4), pp. 567–583.
20. **Dahlstrom R., Nygaard A.** An empirical investigation of ex post transaction costs in franchised distribution channels. *Journal of Marketing Research*, 1999, no. 36, pp. 160–70.
21. **Dahms H.** Does alienation have a future? Recapturing the core of critical theory. Langman L., Kalekin-Fishman D. *The evolution of alienation: trauma, promise, and the millennium*. Lanham, MD, Rowman and Littlefield, 2005, pp. 23–46.

22. **Dean D.G.** Alienation: Its meaning and measurement. *American Sociological Review*, 1961, no. 26–5, pp. 753–758.
23. **Dean D.G., Lewis A.K.** Alienation and emotional maturity: a preliminary investigation. *Psychological Reports*, 1978, no. 42–3, p. 1006.
24. **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. URL: https://www.marquette.edu/library/theses/already_uploaded_to_IR/dooley_t_1971.pdf (дата обращения: 01.05.2020)
25. **Furrer O., Tjemkes B.V., Ulgen Aydinlik A., Adolfs K.** Responding to adverse situations within exchange relationships: The cross-cultural validity of a circumplex model. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 2012, no. 43–6, pp. 943–966.
26. **Ganesan S., Brown S.P., Mariadoss B.J., Ho H.** Buffering and amplifying effects of relationship commitment in business-to-business relationships. *Journal of Marketing Research*, 2010, no. 47, pp. 361–73.
27. **Jap S., Anderson E.** Safeguarding interorganizational performance and continuity under ex post opportunism. *Management Science*, 2003, no. 49–12, pp. 1684–1701.
28. **John G.** An empirical investigation of some antecedents of opportunism in a marketing channel. *Journal of Marketing Research*, 1984, no. 21(3), pp. 278–289.
29. **Johnson J.L., Cullen J.B., Sakano T.** Opportunistic tendencies in IJVs with the Japanese: The effects of culture, shared decision making, and relationship age. *The International Executive*, 1996, no. 38–1, pp. 79–94.
30. **Kozlova E., Pletnev D.** Methodology for assessing worker's behavioral opportunism in Russian corporations. *Economic and Social Development. Proceedings of 51st International Scientific Conference on Economic and Social Development Development*, 2020, pp. 426–434.
31. **Lee D.-J.** Developing international strategic alliances between exporters and importers: The case of Australian exporters. *International Journal of Research in Marketing*, 1998, no. 15–4, pp. 335–48.
32. **Nagin D., Rebitzer J., Sanders S., Taylor L.** Monitoring, motivation, and management: The determinants of opportunistic behavior in a field experiment. *American Economic Review, American Economic Association*, 2002, no. 92–4, pp. 850–873.
33. **O'Connell J.J.** A study of selected sociological factors in personal adjustment of members to a religious order in terms of integration and alienation. PhD. Loyola University (Chicago), 1967.
34. **Popov E., Simonova V.** Forms of opportunism between principals and agents. *International Advances in Economic Research*, 2006, no. 12, pp. 115–123.
35. **Powell W.E.** The relationship between feelings of alienation and burnout in social work. *Families in Society*, 1994, no. 75–4, pp. 229–235.
36. **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.
37. **Rokkan A.I., Heide J.B., Wathne K.H.** Specific investments in marketing relationships: expropriation and bonding effects. *Journal of Marketing Research*, 2003, no. 40(2), pp. 210–224.
38. **Sakalaki M., Kazi S., Karamanoli V.** Do individualists have a higher opportunistic propensity than collectivists? Individualism and economic cooperation. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 2007, no. 20, pp. 59–76.
39. **Seeman M.** On the meaning of alienation. *American Sociological Review*, 1957, no. 24, pp. 783–791.
40. **Seggie S., Griffith D., Jap S.** Passive and active opportunism in interorganizational exchange. *Journal of Marketing*, 2013, no. 77–6, pp. 73–90.
41. **Wathne K., Heide J.** Opportunism in interfirm relationships: forms, outcomes, and solutions. *Journal of Marketing*, 2000, no. 64, pp. 36–51.
42. **Williamson O.E.** *Markets and hierarchies*. New York, Free Press, 1975. 286 p.

REFERENCES

1. **V.N. Belkin, N.A. Belkina, O.A. Antonova,** Otchuzhdenie truda rabotnikov rossiyskikh predpriyatij [Alienation of labor of workers of Russian enterprises]. *Vestnik Chelyabinskogo Gosudarstvennogo Universiteta*, 2015, no. 1(356), pp. 80–88. (rus)
2. **V.E. Boykov,** Otchuzhdenie truda v sotsialnom izmerenii [Alienation of labor in the social dimension]. *Sotsiologiya vlasti*, 2010, no. 2, pp. 47–49. (rus)

3. **A.V. Buzgalin**, *Opredmechivanie, oveshchlenie i otchuzhdenie: aktualnost abstraktnykh filosofskikh diskussiy* [Objectification, caution, and alienation: the relevance of abstract philosophical discussions]. *Voprosy filosofii*, 2015, no. 5. pp. 124–129. (rus)
4. **Y.A. Grigorova**, *Novye formy otchuzhdeniya tvorcheskogo truda v postindustrialnom obshchestve* [New forms of alienation of creative work in a post-industrial society]. *Alternativy*, 2012, no. 1. pp. 162–168. (rus)
5. **N.N. Isachenko**, *Otchuzhdenie kak determinanta destruktivnosti sovremennogo obshchestva* [Alienation as a determinant of the destructiveness of modern society]. *Vestnik Voronezhskogo Gosudarstvennogo Universiteta, Seriya Filosofiya*, 2018, no. 1, pp. 25–30. (rus)
6. **V.Yu. Kombarov**, «*Transotchuzhdenie*» kak novaya forma otchuzhdeniya rabotnikov sovremennykh rossiyskikh promyshlennykh predpriyatiy [“Transcussion” as a new form of alienation of workers of modern Russian industrial enterprises]. *Vestnik Novosibirskogo Gosudarstvennogo Universiteta, Seriya Filosofiya*, 2011, no. 9–2, pp. 65–70. (rus)
7. **O. Krasikov, I. Roshchina**, *Opportunism and labor opportunism of workers: general and specific features, causes of manifestation*. *Tomsk State University Journal of Economics*, 2018, no. 42, pp. 119–128. (rus). DOI: 10.17223/19988648/42/8
8. **K. Marks, F. Engels**, *Otchuzhdenyy trud* [Alienated Labor]. *Marks K., Engels F. Collected works*. Vol. 42. Moscow, Politizdat, 1974, pp. 86–99. (rus)
9. **F.I. Minyushev**, *Sotsialnoye otchuzhdeniye. Opyt novogo prochteniya* [Social exclusion. Experience of a new reading]. *Sotsiologicheskiye issledovaniya*, 2011, no 4. pp. 3–12. (rus)
10. **D.A. Pletnev**, *Vozmozhnosti sistemnoy metodologii v issledovanii institutsionalnoy struktury korporatsii* [Possibilities of a systemic methodology in the study of the institutional structure of a corporation]. *Zhurnal ekonomicheskoy teorii*, 2015, no 3. pp. 229–234.
11. **D. Pletnev, E. Kozlova**, *Otsenka gotovnosti k povedencheskomu opportunizmu molodykh spetsialistov v usloviyakh tsifrovoy ekonomiki* [Assessment of the readiness for behavioral opportunism of young employees in the digital economy]. *Babkin A.V. (Ed.). Tsifrovizatsiya ekonomicheskikh sistem: teoriya i praktika* [Digitalization of economic systems: theory and practice]. St. Petersburg, POLITEKH-PRESS, 2020, pp. 528–550. (rus)
12. **A.L. Temnitskiy, O.N. Maksimova**, *Motivatsiya intensivnogo truda rabochikh promyshlennogo predpriyatiya* [Motivation of intensive labor of industrial workers], *Sotsiologicheskiye issledovaniya*, 2008, no. 11, pp. 13–23. (rus)
13. **E. Fromm**, *Iskusstvo lyubit: issledovanie prirody lyubvi* [The Art of Love: A Study of the Nature of Love]. St. Petersburg, Azbuka-klassika, 2007. 224 p. (rus)
14. **N.S. Shadrin**, *O paradigmakh analiza fenomena otchuzhdeniya v sovremennoy psikhologii* [On the paradigms of the analysis of the phenomenon of alienation in modern psychology]. *Metodologiya i istoriya psikhologii*, 2010, no. 5–3, pp. 141–153. (rus)
15. **R.S. Achrol, G.T. Gundlach**, *Legal and social safeguards against opportunism in exchange*. *Journal of Retailing*, 1999, no. 75–1, pp. 107–121.
16. **E. Anderson**, *Transaction costs as determinants of opportunism in integrated and independent sales forces*. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 1988, no. 9–3, pp. 247–264.
17. **Archibald P. Marx**, *globalization and alienation: Received and underappreciated wisdoms*. *Critical Sociology*, 2009, no. 35(2), pp. 151–74.
18. **D. Burston**, *Cyborgs, zombies, and planetary death: Alienation in the 21st century*. *The Humanist Psychologist*, 2014, no. 42–3, pp. 283–291.
19. **C.C. Chen, M.W. Peng, P.A. Saporito**, *Individualism, collectivism, and opportunism: A cultural perspective on transaction cost economics*. *Journal of Management*, 2002, no. 28(4), pp. 567–583.
20. **R. Dahlstrom, A. Nygaard**, *An empirical investigation of ex post transaction costs in franchised distribution channels*. *Journal of Marketing Research*, 1999, no. 36, pp. 160–70.
21. **H. Dahms**, *Does alienation have a future? Recapturing the core of critical theory*. *Langman L., Kalekin-Fishman D. The evolution of alienation: trauma, promise, and the millennium*. Lanham, MD, Rowman and Littlefield, 2005, pp. 23–46.
22. **D.G. Dean**, *Alienation: Its meaning and measurement*. *American Sociological Review*, 1961, no. 26–5, pp. 753–758.
23. **D.G. Dean, A.K. Lewis**, *Alienation and emotional maturity: a preliminary investigation*. *Psychological Reports*, 1978, no. 42–3, p. 1006.

24. **T.F. Dooley**, 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. URL: https://www.marquette.edu/library/theses/already_uploaded_to_IR/doole_t_1971.pdf (accessed May 01, 2020)
25. **O. Furrer, B.V. Tjemkes, A. Ulgen Aydinlik, K. Adolfs**, Responding to adverse situations within exchange relationships: The cross-cultural validity of a circumplex model. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 2012, no. 43–6, pp. 943–966.
26. **S. Ganesan, S.P. Brown, B.J. Mariadoss, H. Ho**, Buffering and amplifying effects of relationship commitment in business-to-business relationships. *Journal of Marketing Research*, 2010, no. 47, pp. 361–73.
27. **S. Jap, E. Anderson**, Safeguarding interorganizational performance and continuity under ex post opportunism. *Management Science*, 2003, no. 49–12, pp. 1684–1701.
28. **G. John**, An empirical investigation of some antecedents of opportunism in a marketing channel. *Journal of Marketing Research*, 1984, no. 21(3), pp. 278–289.
29. **J.L. Johnson, J.B. Cullen, T. Sakano**, Opportunistic tendencies in IJVs with the Japanese: The effects of culture, shared decision making, and relationship age. *The International Executive*, 1996, no. 38–1, pp. 79–94.
30. **E. Kozlova, D. Pletnev**, Methodology for assessing worker's behavioral opportunism in Russian corporations. *Economic and Social Development. Proceedings of 51st International Scientific Conference on Economic and Social Development*, 2020, pp. 426–434.
31. **D.-J. Lee**, Developing international strategic alliances between exporters and importers: The case of Australian exporters. *International Journal of Research in Marketing*, 1998, no. 15–4, pp. 335–48.
32. **D. Nagin, J. Rebitzer, S. Sanders, L. Taylor**, Monitoring, motivation, and management: The determinants of opportunistic behavior in a field experiment. *American Economic Review*, American Economic Association, 2002, no. 92–4, pp. 850–873.
33. **J.J. O'Connell**, A study of selected sociological factors in personal adjustment of members to a religious order in terms of integration and alienation. PhD. Loyola University (Chicago), 1967.
34. **E. Popov, V. Simonova**, Forms of opportunism between principals and agents. *International Advances in Economic Research*, 2006, no. 12, pp. 115–123.
35. **W.E. Powell**, The relationship between feelings of alienation and burnout in social work. *Families in Society*, 1994, no. 75–4, pp. 229–235.
36. **S.B. Rayce, S. Kreiner, 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.
37. **A.I. Rokkan, J.B. Heide, K.H. Wathne**, Specific investments in marketing relationships: expropriation and bonding effects. *Journal of Marketing Research*, 2003, no. 40(2), pp. 210–224.
38. **M. Sakalaki, S. Kazi, V. Karamanoli**, Do individualists have a higher opportunistic propensity than collectivists? Individualism and economic cooperation. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 2007, no. 20, pp. 59–76.
39. **M. Seeman**, On the meaning of alienation. *American Sociological Review*, 1957, no. 24, pp. 783–791.
40. **S. Seggie, D. Griffith, S. Jap**, Passive and active opportunism in interorganizational exchange. *Journal of Marketing*, 2013, no. 77–6, pp. 73–90.
41. **K. Wathne, J. Heide**, Opportunism in interfirm relationships: forms, outcomes, and solutions. *Journal of Marketing*, 2000, no. 64, pp. 36–51.
42. **O.E. Williamson**, *Markets and hierarchies*. New York, Free Press, 1975. 286 p.

Статья поступила в редакцию 12.05.2020.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ / THE AUTHORS

ПЛЕТНЁВ Дмитрий Александрович

E-mail: pletnev@csu.ru

PLETNEV Dmitri A.

E-mail: pletnev@csu.ru

КОЗЛОВА Елена Викторовна

E-mail: kozlova@csu.ru

KOZLOVA Elena V.

E-mail: kozlova@csu.ru

© Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2020