

ЭКОНОМИКА

УДК 331.104

В.И. Беляев

ТРУДОВОЙ ОПОРТУНИЗМ: СУЩНОСТЬ И ФОРМЫ ПРОЯВЛЕНИЯ¹

В решении целого ряда задач управления людьми в организациях, в частности таких, как повышение эффективности использования резервов рабочих мест, менеджмент предприятий наталкивается на сопротивление персонала, выражающееся в удовлетворении своих эгоистических интересов в ущерб интересам предприятий. Такое явление называют трудовым оппортунизмом. С тем чтобы менеджмент предприятий мог профессионально противостоять этим явлениям, в статье представлено описание возможных форм проявления трудового оппортунизма и сущностной основы причин его возникновения. Знание этих причин позволит менеджменту адекватно реагировать на проявления трудового оппортунизма.

Ключевые слова: институциональный оппортунизм; трудовой оппортунизм; оппортунистическое поведение; трудовые отношения; социально-трудовые отношения.

Многие проблемы на современных предприятиях, как в фокусе, сходятся в неэффективной организации труда, выражающейся, с одной стороны, в сокрытии персоналом резервов своих рабочих мест, в преувеличении или, наоборот, в зависимости от условий ситуации и (или) целей конкретных работников, в принижении своих профессиональных способностей. Это с одной стороны. С другой же – менеджмент предприятия, стремясь обеспечить некую, иногда иллюзорную, экономичность деятельности компании, сокращает затраты, допустим, на улучшение условий труда, подталкивая тем самым работников на противоречащее требованиям охраны труда, технологий исполнение своих трудовых обязанностей. Именно в этом и проявляется суть трудового оппортунизма в организациях. Осознание сущности трудового оппортунизма, установление и описание форм его проявления послужат теоретической и методологической основой формирования методов, приемов, средств и механизмов предотвращения причин, порождающих трудовой оппортунизм в организациях.

Экономический (институциональный) оппортунизм: понятие и краткая предыстория движения научной мысли в осознании его содержания. В переводе с латинского (*opportunus*) оппортунизм в общем и целом означает «выгодный», «удобный». Изначально понятие «оппортунизм» было воспринято, осознано и получило применение в политике для характеристики скрытого, неявного использования политическими оппонентами успехов более сильных и успешных участников политического процесса. В сфере экономики понятие «оппортунизм» появилось и стало использоваться в институциональной экономике при описании (характеристике) экономических отношений, возникающих между самостоятельными субъектами рынка при заключении и исполнении ими торговых контрактов и выражающихся в стремлении одной стороны сделки получить выгоду за счет умышленного нанесения ущерба другой стороне.

Исторический путь развития институциональной экономики вообще и отдельных ее элементов, составляющих понятийную базу этой отрасли знаний, нашел довольно-таки полное отражение в трудах многих отечественных ученых. Значительное внимание проблемам экономического (институционального) оппортунизма уделяется, в частности, в трудах проф. Е.В. Попова и его коллег по институту экономики

Уральского отделения РАН [1, 2]. Понятие «оппортунизм», по их свидетельству, появилось в научном обороте только в последней трети XX в. [2. С. 239]. В трудах Е.В. Попова подчеркивается, что применение этого понятия в экономике следует связывать с преодолением экономической теорией постулата о равной информационной обеспеченности всех субъектов рынка, что было характерно для обоснованного еще Адамом Смитом базового идеала рыночной экономики – человека экономического (*homo economicus*). Это действительно так. Понимание равной информационной обеспеченности субъектов рынка отражено, в частности, в определениях рынка, сформулированных в конце XIX в. основоположником неоклассической школы политической экономии Альфредом Маршаллом. Под рынком он, со ссылкой на Антуана Огюстена Курно, предложил понимать «всякий район, где сношения покупателей и продавцов друг с другом столь свободны, что цены на одни и те же товары имеют тенденцию легко и быстро выравниваться» [3. С. 338]. Здесь сколько-нибудь явных указаний на равную информационную обеспеченность субъектов рынка нет. Есть лишь еле заметное косвенное свидетельство, касающееся неограниченной свободы при взаимодействиях продавцов и покупателей, которое, конечно же, предполагает свободу и в получении обеими сторонами информации о состоянии дел на рынке. Более ярко равная информационная обеспеченность субъектов рынка и ее роль в формировании рыночных цен представлены А. Маршаллом в другом, более раннем определении рынка. В частности, в книге «Principles of Economics», изданной в 1907 г. [4], А. Маршалл определил рынок как «район, объединяющий продавцов и покупателей, настолько хорошо осведомленных в делах друг друга и настолько осторожно действующих, что сохраняется единая цена товара для всего района» (цит. по: [5. С. 10]). Здесь приемлемая и равная информационная обеспеченность субъектов рынка четко отражается в словах автора об их хорошей (и, по сути, действительно равной) осведомленности в делах друг друга, что, конечно же, не могло допустить или сводило к минимуму какие-либо устремления сторон к получению выгоды за счет нанесения ущерба своему партнеру по сделке.

Предложенные А. Маршаллом определения рынка, в части равной информационной обеспеченности его субъектов для конца XIX – начала XX в. и других,

более ранних периодов были актуальными и точными; их содержание отражало реальное (или очень близкое к этому) положение вещей. Действительно, если в начале XX в. на рынке транспортных средств встречались продавец и покупатель телеги, то не надо сомневаться в том, что они оба одинаково воспринимали и понимали суть и потребительские свойства этого незамысловатого средства передвижения. Более того, с высокой долей вероятности можно предположить, что они – покупатель и продавец телеги – были знакомы друг с другом, ибо телеги в те времена далеко продавать никто не возил (они не экспортировались и не импортировались). Следовательно, и продавец, и покупатель были действительно «хорошо осведомлены в делах друг друга» и, самое главное, они оба одинаково и в полной мере были информированы и о потребительских свойствах этого товара, по купле-продаже которого заключали сделку. За истекшую сотню лет ситуация с информационной обеспеченностью сторон, заключающих сделки купли-продажи, кардинальным образом изменилась. И сегодня на рынке транспортных средств продавцы и покупатели современных автомобилей уже не могут быть одинаково «осведомлены в делах друг друга». Современные продавцы (производители) о своих товарах, естественно, знают больше, тогда как покупатели не могут и не в силах понять суть отдельных узлов и агрегатов современного автомобиля, а также их стоимость и денежное выражение этой стоимости, чем и пользуются производители, назначая цену на автомобили в целом. И речь здесь следует вести не только об автомобилях, но и о многих-многих (практически обо всех) других товарах: о бесконечных современных хлебopечках, йогуртницах, мультиварках, посудомойках с множеством кнопок, которых раньше, когда А. Маршалл формулировал свои определения рынка, и в помине не было. Примеров таких много, а вывод один. Развитие науки и техники настолько усложнило предлагаемые рынку товары, что возникло явление информационной асимметрии, одной из форм проявления которой как раз и является неодинаковая осведомленность продавцов и покупателей любого конкретного товара, который может составлять предмет сделки. По справедливому суждению Е.В. Попова, явление информационной асимметрии и стало одной из основных причин возникновения экономического (институционального) оппортунизма [2. С. 240].

В объяснении истоков, содержания и причин возникновения экономического (институционального) оппортунизма большинство авторов указывают на труды Оливера Уильямсона, определившего оппортунизм как «преследование личного интереса с использованием коварства, обмана» (цит. по: [2. С. 240]). Е.В. Попов утверждает, что оппортунистическое поведение представляет собой «недобросовестные действия, нарушающие условия сделки или нацеленные на получение односторонних выгод в ущерб партнеру» [6. С. 27]. В этих двух определениях, как следует из их содержания, имеется в виду выгода, извлекаемая одной стороной коммерческой сделки в ущерб другой стороне. Таким образом, экономический оп-

портунизм, в отличие от политического, есть не что иное, как одна из негативных форм проявления рыночных отношений. В современной литературе отмечается, что понимание оппортунистического поведения контрагентов при заключении коммерческих сделок появилось только в последней трети XX в. [2. С. 239]. Но это не так. Может показаться удивительным, но суть этой негативной формы проявления рыночных отношений была очевидна уже в античные времена. Так, древнегреческий философ скифского происхождения Анахарсис² (638–559 гг. до н.э.) в те далекие времена определял рынок как «место, нарочно назначенное, чтобы обманывать и обкрадывать друг друга» [7. С. 39]. Получается, что древний мудрец в своем определении зафиксировал оппортунизм как довлеющую форму проявления экономических отношений в условиях рынка. Пусть он и не употребил при этом слово «оппортунизм» (а не употребил он его, возможно, только потому, что этого слова в те далекие времена еще и не было вовсе). Но слова «обманывать» и «обкрадывать», одно из которых О. Уильямсон употребил, а другое наверняка подразумевал в своем определении оппортунизма, весьма убедительно свидетельствуют о том, что древний мудрец, определяя рынок, говорил именно об экономическом оппортунизме как заранее продуманной системе преднамеренных действий, сопровождающих коммерческие сделки. А сделки, как известно, являются неперенным действием, присущим именно рынку; без сделок рынка нет (или, по-другому, рынок и создается именно для осуществления сделок).

Еще одним свидетельством того, что формы проявления экономического (торгового, купеческого) оппортунизма были отмечены людьми в древности, свидетельствуют и старинные русские пословицы (поговорки). Например, известна такая поговорка: «Не подмажешь – не поедешь, не обманешь – не продашь». Можно припомнить и другие поговорки про дела купеческие, оппортунистические. В некоторых из них оппортунизм специально завуалирован, как будто бы купцы о нем и не помышляют вовсе, как, например, в поговорке «для купца важна прибыль, но превыше прибыли честь». Эту поговорку часто используют для того, чтобы подчеркнуть честность изначального российского бизнеса. Но если бы в прошлые времена купеческого оппортунизма не было, то не было бы и этой поговорки. Ведь очевидно, что ее сочинили купцы. И сочинили они ее для того, чтобы подчеркнуть свою честность, с которой у них вообще-то были проблемы. Ибо если бы у них не было таких проблем, то незачем было бы и поговорку эту придумывать. Зачем подчеркивать то, что и так очевидно? Скорее всего, российские купцы за этой поговоркой о купеческой честности пытались спрятать свой купеческий оппортунизм³.

Проблемы торгового (купеческого) оппортунизма характерны не только для России. Они были и есть везде, и всегда сопровождали (и сопровождают поныне) отношения купли-продажи. Для преодоления проблем торгового оппортунизма в коммуникационной (информационной) деятельности в 1937 г. в Па-

риже под эгидой Международной торговой палаты был принят Международный кодекс рекламной практики. Впоследствии он многократно корректировался и переиздавался, последний раз в 1987 г. [8]. Он не имеет юридической силы и носит рекомендательный характер. Кодекс призывает рекламодателей к тому, чтобы их рекламные послания были благопристойными (ст. 1), честными (ст. 2), правдивыми (ст. 4). В этих и в других статьях кодекса содержится призыв не только не обманывать людей в рекламе (т.е. не проявлять торговый оппортунизм), но и не вводить их в заблуждение, ибо в конечном счете лукавая реклама наносит вред и всем другим субъектам рынка, в итоге и тем, кто размещает в ней заведомо искаженные сведения о своем товаре, о самой фирме. При толковании кодекса вред лукавой рекламы многие авторы объясняют так. Если какой-либо покупатель, поверив, мягко выражаясь, не совсем искренней рекламе, купит нечто на рынке, то затем, поняв, что его обманули, он не будет верить и правдивой рекламе; вот и получается, что за ложь одного оказываются наказанными все субъекты рынка – и продавцы, и покупатели. Ничем иным, как торговым (купеческим) оппортунизмом это назвать нельзя. Именно для преодоления этой формы оппортунизма и был разработан Международный кодекс рекламной практики. Издание этого кодекса – яркое свидетельство того, что торговый (купеческий) оппортунизм есть и был всегда. Многие страны использовали (и используют теперь) отдельные статьи кодекса в своих национальных законах о рекламной деятельности. В частности, в некоторых скандинавских странах статьи кодекса о недопустимости введения в заблуждение покупателей используются в национальных законах о рекламе посредством запрета на употребление в рекламных сообщениях слов в превосходной степени (например, нельзя писать в рекламе «наилучший товар»). Есть и другие многочисленные способы борьбы с экономическим оппортунизмом.

Таким образом, «оппортунизм» – явление древнее, как сама история политических и экономических (рыночных) отношений. И простые люди в глубокой древности (продавцы и покупатели), и древние мудрецы знали о нем, хотя и не употребляли в своем общении слово «оппортунизм». С течением веков и тысячелетий он как явление никуда не исчез. Он только стал более многообразным и изощренным в формах своего проявления. Поэтому исследование оппортунистических проявлений является весьма актуальным и поныне, именно поэтому современные исследователи и стали уделять ему большее внимание. Но поскольку такие исследования начались не очень давно, то еще не все тайны экономического оппортунизма вскрыты, установлены, описаны. А следовательно, не созданы и механизмы противодействия отдельным формам его проявления.

Следует подчеркнуть, что «оппортунизм» – явление не только древнее, но и весьма многообразное в сферах и формах своего проявления. Если вести речь об экономическом (институциональном) оппортунизме, то он проявляет себя не только при совершении сделок купли-продажи. В частности, весьма давно и, очевидно, надолго (скорее всего навсегда) оппорту-

низм «прописался» и в сфере трудовых (социально-трудовых) отношений, нанося существенный ущерб компаниям и работающим в них людям. Чтобы объяснить причины проявления различных форм трудового оппортунизма, разработать средства (методы, способы) их преодоления, нужно определить, понять и объяснить сущностную основу появления форм оппортунистического поведения персонала, материальную и духовную среду его зарождения, вызревания и развития.

Социально-трудовые отношения как сущностная основа трудового оппортунизма. Сущность в общем и целом, как трактуют ее философы, представляет собой внутреннее содержание любой вещи, любого предмета, любого состояния. И как внутреннее содержание, сущность невидима, неосязаема, она неочевидна, недоступна для прямого наблюдения; следовательно, она недоступна и для прямого непосредственного исследования. Но ведь именно сущность и надо познать (или глубже познать) в любом научном изыскании. Как же быть, если она недоступна для наблюдения, для исследования? По справедливому утверждению философов, сущность проявляет себя в очевидных явлениях, и ученые могут наблюдать за явлениями как за формой проявления сущности. Таким образом, методология любого научного исследования, в укрупненном виде сводится к логической последовательности следующих действий: сначала ученые собирают данные об очевидных явлениях; после этого обрабатывают их, систематизируют, накапливают информацию (тоже об очевидных явлениях); затем, применяя методы познания (анализ и синтез, дедукцию и индукцию, классификацию и обобщения, системный подход, диалектику, др.) по отношению к накопленной информации, производят новые знания о вечно скрывающейся сущности⁴.

Поскольку сущность невидима, ее в исследованиях зачастую представляют гипотетически. Насколько это допустимо, можно судить по следующим примерам. Одним из ярких случаев такого гипотетического представления сущности в научных исследованиях можно назвать предположение физиков XVIII в. о том, что тепло в твердых телах передается посредством переливания внутри них невидимой жидкости, которую они условно называли «теплород» (невидимый теплород и был, по представлению физиков XVIII в., сущностной основой – собственно сущностью – процесса нагревания твердых тел). М.В. Ломоносов верил в существование этой гипотетической жидкости. На основе предположения о существовании теплорода были открыты и сформулированы первый и второй законы термодинамики. После того как физик Роберт Броун в XIX в. открыл хаотическое движение молекул в твердых телах (броуновское движение) и объяснил, что тепло в них передается посредством хаотического движения и столкновения молекул друг с другом, а теплорода нет, сформулированные ранее законы термодинамики были проверены с учетом открытия Бруна, и они оказались истинными. Отсюда следует, что гипотетическое представление сущности вполне оправдано. Точно так же гипотетически Карл Маркс определил истинную (сущ-

ностную) природу капитала: «...капитал не вещь, а общественное отношение между людьми, опосредованное вещами» [9. С. 775]. Но поскольку это умозаключение К. Маркса не касается таких материальных объектов, как, допустим, молекулы, за которыми в XIX в. появилась возможность наблюдать, доказать его истинность практически невозможно. Очевидно, по этой причине современные американские экономисты К.Р. Макконнелл и С.Л. Брю и имеют возможность утверждать, что капитал представляет собой только «...произведенные средства производства, т.е. все виды инструментов, машины, оборудование, фабрично-заводские, складские, транспортные средства и сбытовую сеть, используемые в производстве товаров и услуг и доставке их к конечному потребителю» [10. С. 37]. Следует сказать, что это, безусловно, правда. Но это не вся правда. Вся правда заключается в том, что капитал, имея вещную осязаемую форму (что, собственно, и можно наблюдать как явление), проявляется в отношениях людей друг к другу по поводу этой осязаемой формы (т.е. этих вещей). Именно в этом, в отношениях, и заключается суть капитала, его невидимая сущность. Однако здесь нужно сделать одно весьма важное замечание: не каждая вещь будет капиталом. Если некто, допустим, имеет велосипед с коляской и использует его для своего собственного передвижения, то это предмет потребления, которым он владеет. А если бы он решил нанять работника, который в качестве рикши стал использовать этот велосипед с коляской для оказания услуги по перевозке людей за определенную плату, которую по окончании рабочего дня он отдавал бы владельцу велосипеда, а сам получал от него по результатам своей работы некое вознаграждение, то этот велосипед – уже капитал. И вряд ли есть смысл спорить о том, что отношение владельца к этому велосипеду в первом и втором случаях будет разным, как, впрочем, и отношение других людей к владельцу велосипеда тоже не будет одинаковым. Для других людей важно, как владелец велосипеда использует его: как предмет потребления или как средство производства. В первом случае все люди будут относиться к нему как к человеку, у которого кое-что есть (значит, он не бедный человек), а во втором случае они будут относиться к нему как к человеку, который за деньги по определенной цене оказывает услуги по передвижению людей. И велосипед для него – это средство производства. Он живет, применяя это средство производства, извлекает для себя экономическую выгоду; это его капитал, а сам этот человек – капиталист. Таким образом, капитал имеет двойственную природу: он и вещь, используемая как средство для извлечения выгоды, за которой можно наблюдать как за явлением; он и отношение, что представляет собой сущность капитала, не доступную для прямого наблюдения.

Опираясь на представленные выше примеры, можно с большой долей уверенности утверждать, что сущностной основой трудового оппортунизма также являются отношения. Американский социальный философ Френсис Фукуяма понятие «отношения» определил чрезвычайно просто: он сказал, что отноше-

ния – это намерения [11]. Поскольку намерения изначально возникают в голове человека или в сознании больших групп людей, и не все из них высказываются откровенно, в том числе и в специально проводимых опросах, то отношения, конечно же, не всегда очевидны. О многих из них можно вообще судить только косвенно, а именно по действиям людей, которые представляют собой явления, отражающие эти намерения (т.е. отражающие собственно сущность бытия людей в соответствующей системе взаимодействий). Так, согласно определению Ф. Фукуямы, обстоит дело с отношениями людей в обществе в целом. Опираясь на определение отношений Ф. Фукуямы, а также на утверждение К. Маркса о том, что сущность капитала кроется в отношениях (можно найти и другие подтверждения этому), анализируя их, можно сказать, что именно отношения и составляют сущностную основу жизнедеятельности человеческих сообществ вообще. И сфера трудового оппортунизма здесь не является исключением. При этом следует подчеркнуть, что, безусловно, не весь спектр отношений составляет основу оппортунистических проявлений людей при исполнении ими своих должностных обязанностей, а только та их часть, которая касается собственно труда. Таким образом, речь здесь следует вести о трудовых или (и) социально-трудовых отношениях, которые составляют лишь незначительную долю отношений людей.

Поскольку социально-трудовые отношения представляют собой сущностную, а следовательно, неочевидную основу организации и осуществления трудовой деятельности людей, то однозначного суждения о содержании их нет и, наверное, не может быть. (Как в случае с определением понятия «капитал»: К. Маркс определил его как отношения по поводу вещей, а современные зарубежные экономисты склонны в нем видеть только сами вещи.) Таким же образом обстоит дело и с определением внутреннего содержания (сущности) оппортунистического поведения людей в сфере труда: оно имеет явные формы проявлений и скрытое неочевидное внутреннее содержание, определяющее поведение людей в организациях при свершении ими трудовых действий вообще и оппортунистических в частности. Это поведение и есть явная форма проявления социально-трудовых отношений, за которыми следует наблюдать при проведении научных исследований, чтобы познать глубинные характеристики (черты, признаки, причины, др.) собственно социально-трудовых отношений.

Изначально трудовые отношения в своей явной форме представляют собой основание, отражаемое в соглашении между работодателем и работником о личном выполнении последним определенной трудовой функции. Работник при этом обязуется подчиняться установленному работодателем распорядку трудового дня, а работодатель, в свою очередь, должен обеспечить работнику отвечающие трудовому законодательству условия труда, его охрану, а также выплату в заранее оговоренном размере вознаграждения за труд [12]. Все это фиксируется в соглашениях, трудовых договорах, и все это представляет собой

явную основу трудовых отношений. Но не только этим ограничивается понятие трудовых (социально-трудовых) отношений. Их содержание значительно шире. При этом однозначного толкования содержания социально-трудовых отношений и степени изученности проблем трудового оппортунизма в современной литературе нет. В частности, некоторые ученые склонны полагать, что в зарубежной науке о труде все проблемы, касающиеся трудового оппортунизма, уже решены (достаточно лишь перевести на русский язык имеющиеся зарубежные публикации), но вряд ли они соответствуют реальному положению вещей в этой отрасли знаний. В литературе есть и другие, прямо противоположные суждения. В частности, Е.В. Попов и В.Л. Симонова утверждают, что «формы оппортунизма... недостаточно полно раскрыты в мировых и отечественных экономических исследованиях...» [1. С. 3]. И это действительно так. Более того, в разных странах по-разному толкуют смысл трудовых отношений. Многие отечественные авторы (см., например, [13. С. 67]) обращают внимание на то, что в зарубежной теории и практике экономики труда социально-трудовые отношения сводятся лишь к отношениям, проявляющимся на рынке труда при заключении сделок купли-продажи рабочей силы [14]. А отечественная школа экономики труда социально-трудовые отношения трактует значительно шире.

В структуру социально-трудовых отношений, складывающихся на рынке труда, российские ученые включают и все то, что определяет решения людей при выборе ими места работы (или при выборе профессии), продолжении трудовой деятельности на первоначально выбранном месте (или в первоначально выбранной профессии), смене места работы (профессии), а также и трудовое поведение людей после выхода их на пенсию [15]. В частности, профессор Е.В. Нехода, определяя социально-трудовые отношения, обращает внимание на экономические, правовые, социальные, психологические аспекты взаимосвязей отдельных людей и социальных групп, участвующих в трудовом производственном процессе [16. С. 7]. Исходя из этого, в сферу социально-трудовых отношений следует относить и отношения работников к менеджменту предприятия, и отношения их друг к другу, а также и отношения менеджмента к работникам. Все это многообразие отношений в конечном итоге выражается в формировании мотивов и стимулов, трудовых стереотипов, неформальных норм и правил трудового поведения работников и т.п. Среди этого многообразия разновидностей социально-трудовых отношений формируются и отношения трудового оппортунизма. В конечном итоге все это выражается в формировании качества трудовой жизни, которое существенно влияет на показатели эффективности и результативности деятельности компаний. Такое многообразие характеристик социально-трудовых отношений не может не свидетельствовать о неисчерпаемости темы труда вообще и трудового оппортунизма в частности. Это тем более верно, поскольку, как следует из давно установленной истины, сущность познаваема, но никогда не познаваема до

конца. Жизнь меняется, меняется сфера труда; соответственно, не может не меняться и его сущностная основа – социально-трудовые отношения. Вслед за изменением сущности не могут не меняться и формы проявления трудового оппортунизма. И процесс этот бесконечен. Следовательно, и процесс познания никогда не кончится. Поэтому утверждения о том, что сфера трудового оппортунизма как тема и предмет научного поиска исчерпана, ошибочны.

Как сущностная основа трудового оппортунизма социально-трудовые отношения наряду с неявными имеют и явные формы проявления. Явными, в частности, являются те, которые фиксируются в трудовых договорах, соглашениях. Их изучать нетрудно: они очевидны, наблюдаемы. Гораздо труднее дело обстоит с неявными формами проявления социально-трудовых отношений, обуславливающих трудовой оппортунизм. Некоторые из неочевидных форм можно выяснить в ходе проведения опросов. Но о многих из них из опросов узнать не предоставляется возможным. Особенно это касается отношений, порождающих оппортунистические действия; они, естественно, не высказываются, а если и высказываются, то не всегда точно, т.е. с некоторой (иногда и весьма значительной) вероятностью искажений. Таким образом, трудовые (социально-трудовые) отношения как сущностная основа оппортунистического поведения людей при исполнении ими своих трудовых обязанностей представляют собой очень глубокую сущность. Ее изучение требует и соответствующей методологии; объектом и предметом исследования должны стать прикладные сферы и формы проявления трудового оппортунизма. Именно формы и могут быть объектами наблюдения как явные, видимые проявления сущности трудовых (социально-трудовых) отношений, определяющие организацию труда и трудовой климат на предприятии, так и неявные, скрытые в своих проявлениях. Выявление и описание всех (или основных) форм проявления трудового оппортунизма и должно стать одним из важнейших направлений исследования его природы.

Формы проявления трудового оппортунизма: методологические основы классификации форм трудового оппортунизма. Если институциональный оппортунизм уже более или менее подробно изучен и описан, то феномен трудового оппортунизма, его содержание и формы, еще не имеют сколько-нибудь обширной и глубокой научной базы. Вместе с тем роль и значение трудового оппортунизма – не менее важный аспект управления людьми в организациях, чем, допустим, применение новых технологий, способствующих росту производительности труда, совершенствование организационных структур, устраняющее дублирование выполняемых трудовых процедур, развитие экономических институтов, упорядочивающих взаимодействие контрагентов на рынках. Несмотря на это, трудовой оппортунизм только в последние годы стал привлекать внимание ученых и практиков, и сейчас можно пока говорить о первых результатах исследований, направленных не столько на познание его сущности, сколько на выявление

форм, видов и разновидностей проявления этой сущности.

Известно, что одним из первых методов познания сущности является классификация. Несмотря на то, что методология классификации единственна и проста – это подразделение целого на части по какому-либо признаку, можно построить множество методологических подходов выделения из изучаемого целого классов, видов, подвидов, типов, сегментов. В частности, есть простые классификации, производимые по одному какому-либо важному для цели исследования признаку, есть многоуровневые разветвленные классификации, в которых на каждом уровне используется свой признак, есть матричные, позволяющие выделять классы по двум пересекающимся признакам. Безусловно, можно создавать и комбинированные классификационные схемы, сочетающие в себе приведенные выше методологические подходы. Однако если какая-либо предметная область находится на начальной стадии познания, классы в ней выделяются без сколько-нибудь явного признака подразделения целого на части: просто выделяются (устанавливаются) некоторые разновидности целого и описываются их очевидные характеристики. Большинство представленных в литературе классификаций выявленных форм трудового оппортунизма являются пока таковыми; это простые классификации. Естественно, их никак нельзя назвать исчерпывающими; они охватывают все множество возможных форм экономического оппортунизма. Но игнорировать их никак нельзя; они являются важной изначальной (исходной) теоретической основой для разработки, во-первых, единого методологического подхода к классификации форм оппортунистических проявлений в сфере труда и, во-вторых, для создания такой классификации. Оттолкнуться при этом можно от общей классификации оппортунизма, разработанной Е.В. Поповым и В.Л. Симоновой, в которой выделен трудовой оппортунизм [1. С. 63], хотя он и не обозначен авторами как трудовой. По состоянию на данный момент это наиболее совершенная и системно обоснованная классификация.

Если познание сущности трудового оппортунизма начать в направлении движения от общего к частному, то можно заметить, что выявленные и описанные в литературе формы проявления трудового оппортунизма легко и понятно встраиваются в более общий класс, который ученые института экономики Уральского отделения РАН (Е.В. Попов и др.) назвали эндогенным оппортунизмом [2. С. 279–313]. Такой оппортунизм можно назвать и внутрикорпоративным; в него следует включить все формы проявления неприяженных отношений в организации, которые используются одними участниками таких отношений к своей выгоде за счет преднамеренного нанесения ущерба другой стороне участников, а часто и всему предприятию в целом. Другими словами, эндогенный (внутрикорпоративный) оппортунизм, при представлении классификации трудового оппортунизма в виде дерева, является исходной (корневой) вершиной его как классификационного графа.

Класс эндогенного оппортунизма в свою очередь можно подразделить на два подкласса: подкласс оппортунизма, проявляющегося в отношениях между подразделениями в борьбе за какие-либо выгодные предпочтения, и подкласс собственно трудового оппортунизма. Первый подкласс иногда называют внутренней конкуренцией, что не совсем верно. Конкурентные взаимодействия на внутренней арене компаний обычно разворачиваются на явной основе: два подразделения могут вступить в борьбу друг с другом либо за выделение кому-либо одному из них выгодного заказа, что может являться следствием ошибок в проектировании организационных структур⁵, либо за обладание ограниченными ресурсами, причиной чему могут быть ошибки в финансировании. Что касается внутреннего оппортунизма, касающегося борьбы за выгодные предпочтения, то его отличие от внутренней конкуренции выражается в сокрытии одной стороной намерений и действий по их распределению не только от другой стороны, но и от менеджмента предприятий в целом. Методы – традиционные для оппортунизма: ложь, обман, фальсификации, др.

Второй подкласс эндогенного оппортунизма, как уже сказано выше, связан со сферой труда. Его, в свою очередь, также можно разделить на два подкласса: трудовой оппортунизм со стороны менеджмента по отношению к работникам и трудовой оппортунизм со стороны работников по отношению друг к другу, а также к менеджменту предприятия и собственно к предприятию.

Выделяют и другие подклассы трудового оппортунизма. Так, в частности, выделяют оппортунизм *Ex ante* (тот, который проявляется до заключения контракта; в сфере труда это, например, преувеличение нанимаемым работником своих профессиональных знаний, навыков и умений при оформлении на работу) и оппортунизм *Ex post* (тот, который проявляется после заключения контракта; в сфере труда это многообразные формы сокрытия работниками резервов рабочих мест с целью сокращения своих трудовых затрат) [2. С. 260–279]. Здесь признаком классификации является этап сделки по трудовому найму (до заключения контракта и после заключения контракта).

На этом в общем и целом и завершается описание в имеющейся литературе выделенных классов и подклассов трудового оппортунизма. В некоторых публикациях, правда, иногда со ссылкой на зарубежные источники, а иногда и без них, обращается внимание на такой класс оппортунистического поведения, как «отлынивание от работы». Но системного подхода к классификации форм проявления трудового оппортунизма пока не сложилось.

Не претендуя на полноту освещения вопроса по классификации форм проявления трудового оппортунизма, в статье представлена попытка сформировать методологический подход к разработке такой классификации. Начать предлагается с систематизации (т.е. приведения в систему) уже сформулированных и описанных классов и подклассов трудового оппортунизма, что отчасти и предпринято в данной статье. Далее предлагается продолжить классификацию трудового оппортунизма, довести ее до элементарных, т.е. неде-

лимых, без потери смысла, видов и подвидов. В частности, предлагается выделить еще два классификационных уровня:

- прикладные сферы проявления трудового оппортунизма;

- формы проявления трудового оппортунизма.

Ниже форм проявления трудового оппортунизма, по мнению автора, спускаться уже нет смысла, ибо только на уровне форм и можно наблюдать явления, которые могут привести к пониманию сущности причин, побуждающих оппортунистов к оппортунистическому трудовому поведению.

И тот и другой уровни, а именно прикладные сферы и формы проявления, имеют чрезвычайно важное научное и практическое значение. Их выделение и целенаправленное системное исследование с целью установления причин появления, структуры и содержания характеристик, последствий для бизнеса, а самое главное – сущностной основы, из которой и вырастают формы трудового оппортунизма, позволит ученым и практикам находить методы, способы, механизмы противодействия этим негативным явлениям трудового поведения исполнителей и их руководителей в трудовых производственных процессах на реальных предприятиях. Таким образом, научный поиск предлагается направить в русло прикладных аспектов проявления конкретных форм трудового оппортунизма на предприятиях с тем, чтобы сформулировать конкретные теоретические, методологические и методические основы преодоления проблем организации труда, обусловливаемых разнообразными формами трудового оппортунизма в конкретных прикладных сферах приложения труда.

На данном этапе исследования проблем трудового оппортунизма можно пока только предварительно обозначить явные прикладные сферы его проявления и очевидные формы, которые могут вписываться в представленную выше классификацию. К числу явных прикладных сфер проявления трудового оппортунизма можно отнести, в частности, охрану труда. В этой сфере можно найти (установить, назвать) формы проявления трудового оппортунизма как со стороны менеджмента, так и со стороны персонала, как на этапах *Ex ante*, так и на этапах *Ex post*.

В качестве другой прикладной сферы следует назвать сокрытие работниками резервов своих рабочих мест. Это одна из самых давних и многообразных форм проявления трудового оппортунизма. Некоторые авторы, как уже указывалось выше, называют ее отлыниванием от работы. Суть этой формы трудового оппортунизма заключается в том, что работники с целью сокращения своих трудовых затрат не используют в полной мере заложенные в технологии (станках, машинах, механизмах, др.) возможности. Если вести речь о рабочих, то они практически всегда скрывали и скрывают истинные возможности оборудования, на котором работают, с тем чтобы иметь некий резерв времени для использования его на какие-либо свои нужды, либо на непредусмотренный регламентом отдых, либо на изготовление на заводском оборудовании чего-нибудь для себя, чтобы потом вы-

нести с завода (это еще одна форма трудового оппортунизма), т.п. В плановой экономике с этим негативным явлением боролись административными методами. Ежегодно в сентябре каждое предприятие от своего отраслевого министерства получало задание на снижение трудоемкости продукции, не выполнить которое было нельзя. Задача зачастую сводилась к тривиальному сокращению норм времени на все виды трудовых операций, что однозначно приводило к пропорциональному увеличению норм выработки. Это называлось, как тогда говорили, «ужесточением норм труда». «Ужесточением» занимались службы нормирования труда; «ужесточение» всегда приводило к конфликтам, порой весьма затяжным и ожесточенным. Можно сказать, что ужесточение приводило к ожесточению. В итоге страдало все производство: нарушался психологический климат в коллективах, сбивался трудовой ритм, снижались дисциплина труда и технологическая дисциплина, учащались случаи нарушения правил техники безопасности и использования технологического оборудования, что приводило к поломкам последнего и к травмам и т.п. Более того, что еще хуже, в условиях конфликта рабочих с заводской администрацией со стороны последней зачастую возникали ответные оппортунистические действия, направленные на еще большее ужесточение, уже необоснованное, требований к исполнителям; таким образом, одни формы трудового оппортунизма порождали другие, и конфликтная ситуация усугублялась еще больше. Сейчас служб нормирования труда на предприятиях нет, никто не выдает организациям задания на снижение показателей трудоемкости продукции, но это вовсе не означает, что такая форма трудового оппортунизма исчезла. Вовсе нет; она только усугубилась, стала еще более изощренной как со стороны менеджмента по отношению к исполнителям, так и со стороны исполнителей по отношению к менеджменту предприятий.

Еще одной сферой проявления трудового оппортунизма можно назвать организацию труда. Организация труда в общем и целом представляет собой весьма динамичную сферу управленческой деятельности на предприятиях; в силу развития технологий она должна постоянно меняться, так как ее формы должны соответствовать новому оборудованию и т.п. И суть трудового оппортунизма в сфере организации труда выражается в сопротивлении персонала организационным изменениям, которыми неизбежно должно сопровождаться внедрением новых станков, аппаратов, программных средств и т.п. Исполнители не всегда с восторгом воспринимают такие изменения, поскольку они иногда кардинальным образом нарушают сложившийся уклад трудового производственного бытия трудовых коллективов. Сопротивление зачастую носит скрытый характер: исполнители как бы притворяются, что восприняли изменения, но на деле могут отчасти игнорировать их, специально незаметно нарушать некоторые требования, регламенты, пытаясь тем самым показать менеджменту, что их предложения по изменению привычных трудовых процедур не приносят предприятию выгоды в росте произ-

водительности труда. Если им такими действиями удастся ввести в заблуждение менеджмент предприятия, у них появится возможность для сокрытия резервов своих рабочих мест, уже оснащенных новым оборудованием. Поскольку в этом просматривается прямая выгода для работников, выстроенная на преднамеренном обмане, кроме как трудовым оппортунизмом такие действия назвать нельзя. В плановой экономике этой сфере трудового оппортунизма, хотя она в то время так и не называлась, уделялось довольно большое внимание административного характера⁶. В настоящее же время менеджмент предприятий обращает внимание только на отдельные формы проявления трудового оппортунизма в сфере организации труда; системного подхода в борьбе с этим социально-трудовым недугом, как прежде, сейчас на предприятиях нет.

В качестве еще одной сферы трудового оппортунизма можно назвать дисциплину труда. Здесь формы проявления трудового оппортунизма выражаются в опозданиях на работу, досрочном прекращении рабочего дня, в бесконечных перекурах и чаепитиях⁷ на рабочих местах, прогулах, фальсификации болезней и получении больничных листов, используемых не для лечения, а для отдыха. Сфера трудовой дисциплины является, пожалуй, одной из самых «освоенных» трудовым оппортунизмом, поскольку в ней работникам легче, чем в других, скрывать свои оппортунистические намерения, действия и приемы.

Безусловно, есть и другие сферы трудовой деятельности, в которых проявляется трудовой оппортунизм, и другие многообразные формы его проявления. Чтобы снизить негативные эффекты от проявлений трудового оппортунизма в организациях, необходимо глубокое и тщательное изучение, направленное на выявление и описание его форм в конкретных прикладных сферах трудовой деятельности людей. Выявление их на каждом предприятии можно вести по

предложенной выше методологической схеме. После выявления каждая сфера и каждая форма трудового оппортунизма должны быть тщательно изучены и описаны. В описании как прикладной сферы трудового оппортунизма, так и форм его проявления должны быть отмечены причины, обуславливающие оппортунистическое поведение работников, характеристики, последствия. Изучение причин может привести исследователя к пониманию цели инициаторов трудового оппортунизма. В этом случае причины и цели как бы сомкнутся, что и будет представлять собой новое знание о внутреннем содержании социально-трудовых отношений, порождающих оппортунистическое поведение работников. Полученное знание как о формах трудового оппортунизма, так и о сущностных основах их зарождения в среде социально-трудовых отношений, безусловно, будет способствовать разработке конкретных приемов и методов преодоления проблем трудового оппортунизма на предприятиях.

В статье определена и обоснована сущностная основа, служащая средой зарождения оппортунистического поведения работников, классификационные подходы и приемы установления прикладных сфер и форм проявления трудового оппортунизма. Этого, безусловно, недостаточно для борьбы с таким серьезным социально-экономическим недугом, каковым является трудовой оппортунизм. Но начинать борьбу нужно именно с познания сущности трудового оппортунизма и классификации возможных прикладных сфер и форм его проявления на каждом предприятии. Они послужат теоретической основой для обоснования целевого направления исследований, для разработки общей методологической схемы исследований, конкретных частных методик, методов, приемов, средств и инструментов проведения конкретных научных исследований, направленных на познание причин и последствий трудового оппортунизма.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ Статья написана при поддержке РФФИ. Научный проект № 15-06-05376\15. Тема: «Исследование социально-трудовых отношений на предприятиях в решении проблем преодоления трудового оппортунизма».

² Анахарсис – скифский мудрец, прибыл в Грецию для изучения философии во времена Солона, философа, поэта и политического деятеля (638–558 гг. до н.э.). Анахарсис преуспел не только в познании глубоких истин бытия, но и в изобретательском деле. В частности, утверждают, что он изобрел гончарный круг, якорь для морских судов, а также игру в шашки.

³ Одной из форм купеческого оппортунизма можно назвать финансирование российскими купцами революционного движения в России, направленного на свержение государственного строя. Но здесь может возникнуть вопрос, какую выгоду купцы извлекали из этих своих действий? Кажется, что выгоды не было. Однако это не так. Достаточно припомнить сцену из комедии Н.В. Гоголя «Ревизор», в которой губернатор разговаривает с местными купцами (как он с ними разговаривает, что он им говорит), как станут ясны и причины финансирования российским купечеством противников царского режима. Им царский режим (из-за взяточничества чиновников и т.п.), так же как и революционерам, был ненавистен; они желали его свергнуть с тем, чтобы потом как-нибудь по-другому устроить свои дела с новыми властями. О чем еще может свидетельствовать такое их поведение, кроме как не о купеческом оппортунизме? Безусловно, были и другие формы купеческого (торгового) оппортунизма.

⁴ «О тайном догадывайся по явному», – говорили по поводу познания неочевидной сущности древние мудрецы.

⁵ Известно, что при проектировании организационных структур могут закладываться причины будущих конфликтов.

⁶ В плановой экономике термин «трудовой оппортунизм» не употреблялся, но многие научные рекомендации, появившиеся в то время в исследованиях по научной организации труда (НОТ), а также регламенты, разрабатываемые в этой прикладной сфере трудовой деятельности, как раз и были направлены на преодоление проблем, порождаемых трудовым оппортунизмом. В связи с этим возникает предположение о возможности (и желательности) изучения прошлого опыта с целью использования его в преодолении проблем трудового оппортунизма в настоящее время.

⁷ В заводском фольклоре любителей чаепитий в рабочее время на рабочих местах называют «отчаянными людьми». Это фольклорное выражение представляет собой не что иное, как косвенное признание работниками наличия трудового оппортунизма в трудовых коллективах.

ЛИТЕРАТУРА

1. Попов Е.В., Симонова В.Л. Оппортунизм экономических агентов. Екатеринбург : ИЭ УрО РАН, 2007.
2. Попов Е.В. Трансакции. Екатеринбург : ИЭ УрО РАН, 2011.

3. Маршалл А. Основы экономической науки. М. : Эксмо, 2007.
4. Marshall A. Principles of Economics. London, 1907.
5. Абрамишвили Г.Г., Война В.А., Трусов Ю.Ф. Операция «Маркетинг». Стратегия и тактика конкурентной борьбы монополий. М. : Международные отношения, 1976.
6. Попов Е.В. Эволюция институтов миниэкономики. М. : Наука, 2007.
7. Энциклопедия мудрости. М. : РОССА, 2008.
8. Международный кодекс рекламной практики. URL: <http://www.advertology.ru/index.php?name=Subjects&pageid=111>
9. Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. Т. 13. С. 6–8; Т. 23. Послесловие ко второму изданию.
10. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика : в 2 т. Таллин, 1993. Т. 1.
11. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. М. : АСТ, 2008.
12. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30 декабря 2001 г. № 197-ФЗ.
13. Янченко Е.В. Управление развитием социально-трудовых отношений: теоретико-методические основы // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2014. № 1. С. 66–78.
14. Эренберг Р., Смит Р. Современная экономика труда: теория и государственная политика. М. : Изд-во МГУ, 1996.
15. Колосова Р.П., Василук Т.Н., Артамонова М.В., Луданик М.В. Экономика персонала. М. : Инфра-М, 2009.
16. Нехода Е.В. Методологические и теоретические основы исследования социально-трудовых отношений. Томск : Изд-во Том. ун-та, 2007.

Статья представлена научной редакцией «Экономика» 28 июня 2015 г.

LABOR OPPORTUNISM: THE NATURE AND FORMS

Tomsk State University Journal, 2015, 398, 169–177. DOI: 10.17223/15617793/398/29

Belyaev Victor I. Altai State University (Barnaul, Russian Federation). E-mail: belyaevvi@mail.ru

Keywords: institutional opportunism; labor opportunism; opportunistic behavior; labor relations; social and labor relations.

The article considers the problems of labor opportunism. It provides a brief background to the study of problems of economic (institutional) opportunism, description of its forms, their classification and content. The article draws attention to the fact that economic opportunism has a long history. Starting from ancient times (i.e. since the inception of market relations) people searched their own benefit, including, by intentional damaging to the other side of the transaction. The statements of the ancient philosophers evidence this. In particular, the Greek sage Anacharsis (638–558 BC) defined market as a place reserved for people to cheat and steal from each other. The use in this definition of words "deceive" and "steal" shows that the ancient sage saw economic opportunism in market activity. In addition, having an ancient history, economic opportunism is not limited to the forms that accompany exclusively purchase and sale transactions. It is extremely diverse in its manifestations. Opportunism is common at work, where the company's management, on the one hand, trying to reach illusory efficiency, reduce costs of working conditions improvement, compounding, thus, problems with its protection; On the other hand, workers, in an effort to reduce their labor costs, hide the reserves of their work places, extracting thereby benefit themselves, but causing deterioration in performance and efficiency of the entire enterprise. There are many of such forms of opportunism at work. To date, they have not all been identified, studied and described. On this basis, the article proposes specific methods and methodological approaches to the classification of forms of labor opportunism. Two classification levels of labor opportunism, application spheres of labor opportunism and forms of labor opportunism manifestation have been allocated. Much attention is paid to the justification of the essential foundations of labor opportunism which includes social and labor relations. The article proves that among these relationships originate intentions of one side (management or employees) to extract benefit from the deliberate damage to the other side. The article proposes a broader understanding of the essence of social and labor relations than is customary abroad, where the meaning of the employment relationship is only limited to recruitment of specialists that occur in the labor market. It is recommended to take social and labor relations from the standpoint of the relationship between workers themselves and from the standpoint of relations between workers and management for better understanding of the causes of labor opportunism. Knowledge of the essential foundation of labor opportunism, content of its forms allows company management to seek and find ways to overcome manifestations of labor opportunism in the workplace.

REFERENCES

1. Popov, E.V. & Simonova, V.L. (2007) *Opportunizm ekonomicheskikh agentov* [Opportunism of economic agents]. Ekaterinburg: IE UrO RAN.
2. Popov, E.V. (2011) *Transaktsii* [Transactions]. Ekaterinburg: IE UrO RAN.
3. Marshall, A. (2007) *Osnovy ekonomicheskoy nauki* [Principles of economics]. Moscow: Eksmo.
4. Marshall, A. (1907) *Principles of Economics*. London: Macmillan.
5. Abramishvili, G.G., Voyna, V.A. & Trusov, Yu.F. (1976) *Operatsiya "Marketing". Strategiya i taktika konkurentnoy bor'by monopolii* [Operation "Marketing". Strategy and tactics of competitive monopolies]. Moscow: Mezhdunarodnye otnosheniya.
6. Popov, E.V. (2007) *Evolutsiya institutov miniekonomiki* [Evolution of institutions of mini-economy]. Moscow: Nauka.
7. Andrievskaya, K. et al. (eds) (2008) *Entsiklopediya mudrosti* [Encyclopedia of wisdom]. Moscow: ROSSA.
8. International Chamber of Commerce. (1987) *Mezhdunarodnyy kodeks reklamnoy praktiki* [ICC Code of Advertising Practice]. [Online]. Available from: <http://www.advertology.ru/index.php?name=Subjects&pageid=111>.
9. Marx, K. & Engels, F. (1959) *Sochineniya* [Works]. 2nd ed. V. 13, 23. Moscow: Politizdat.
10. McConnell, K.R. & Brue, S.L. (1993) *Ekonomiks: printsipy, problemy i politika: v 2 t.* [Economics: Principles, Problems and Policies: in 2 v.]. V. 1. Tallin.
11. Fukuyama, F. (2008) *Doverie: sotsial'nye dobrodeteli i put' k protsvetaniyu* [Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity]. Moscow: AST.
12. Russian Federation. (2001) The Labour Code of the Russian Federation of December 30, 2001 no. 197-FZ. (In Russian).
13. Yanchenko, E.V. (2014) Management of development of social and labor relations: theoretical and methodical bases. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomika – Tomsk State University Journal of Economics*. 1. pp. 66–78.
14. Ehrenberg, R. & Smith, R. (1996) *Sovremennaya ekonomika truda: teoriya i gosudarstvennaya politika* [Modern Labor Economics: Theory and Public Policy]. Moscow: Moscow State University.
15. Kolosova, R.P. et al. (2009) *Ekonomika personala* [Personnel Economy]. Moscow: Infra-M.
16. Nekhoda, E.V. (2007) *Metodologicheskie i teoreticheskie osnovy issledovaniya sotsial'no-trudovykh otnosheniy* [Methodological and theoretical foundations of the study of social and labor relations]. Tomsk: Tomsk State University.

Received: 28 June 2015