

Научная статья
УДК 331.1
<https://doi.org/10.24143/2073-5537-2024-4-16-26>
EDN UZHBDH

Амбиция как экономическая категория

Сергей Георгиевич Камолов¹, Тихон Александрович Марков²✉

¹*Московский государственный институт международных отношений (университет)
Министерства иностранных дел Российской Федерации, Москва, Россия*

²*Московская дирекция транспортного обслуживания,
Москва, Россия, Markov_t_a@my.mgimo.ru ✉*

Аннотация. Проведено исследование квантифицируемых результатов проявления карьерных амбиций и развитие концепции «функции полезности работника» Нобелевского лауреата по экономике Джорджа Акерлофа через призму интересов индивида (носителя амбиций), работодателя и других индивидов (сотрудников), участвующих в конкуренции за возможности карьерного роста. Для достижения поставленной исследовательской цели проведена работа по определению места понятия «амбиция» в совокупности современных экономических трудов, выявлены его релевантные экономической проблематике сущностные характеристики и систематизированы подходы к восприятию данной категории среди исследователей. Применяя отдельные положения теории фирмы (Г. Спенсер, О. Э. Уильямсон) и алгебраические выражения для оценки исследуемых величин, оцениваются возможные экономические последствия проявления и стимулирования амбициозного карьерного поведения, исследуемые в трех измерениях: на уровне конкретного работника, в его непосредственном окружении (коллективе) и в рамках организации-работодателя. Сделаны выводы о том, что концентрация амбициозных сотрудников приводит к увеличению непроизводительного стресса у самих индивидов, разрушает результаты работы по командообразованию, увеличивает издержки управления такими коллективами и не максимизирует, а, наоборот, снижает общую отдачу (прибыль) организации на отдельных фазах жизненного цикла, таким образом определяя предсказуемую траекторию функции полезности работника. Подтверждается оригинальность исследования не только в постановке научной задачи, но и в методах ее решения. Получены новые исследовательские логические конструкции, которые могут применяться на уровне отдельных организаций в целях улучшения кадровой политики и учитываться индивидуально при трудоустройстве или планировании карьеры. Предложено уточненное в целях исследования определение понятия «амбиция».

Ключевые слова: амбиция, управление персоналом, карьера, полезность, коллектив

Благодарности: исследование, в части его строгой формализации, состоялось благодаря таланту российского физика, сотрудника кафедры физики частиц и космологии МГУ им. М. В. Ломоносова Даниила Дмитриевича Давыдова. Построение абстрактной модели в процессе нашей работы – это, безусловно, результат его ценнейших консультаций. Авторы крайне признательны ему за оказанную поддержку.

Для цитирования: Камолов С. Г., Марков Т. А. Амбиция как экономическая категория // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. 2024. № 4. С. 16–26. <https://doi.org/10.24143/2073-5537-2024-4-16-26>. EDN UZHBDH.

Original article

Ambition as an economic category

Sergei G. Kamolov¹, Tikhon A. Markov²✉

¹*Moscow State Institute of International Relations (University) of the Ministry of Foreign Affairs
of the Russian Federation, Moscow, Russia*

²*Moscow Directorate of Transport Services,
Moscow, Russia, Markov_t_a@my.mgimo.ru ✉*

Abstract. A study of quantifiable results of the manifestation of career ambitions and the development of the concept of the “employee utility function” by Nobel Laureate in Economics George Akerlof through the prism of the interests of the individual (the bearer of ambitions), the employer and other individuals (employees) involved in the competi-

tion for career opportunities. To achieve this research goal, work was carried out to determine the place of the concept of “ambition” in the totality of modern economic works, its essential characteristics relevant to economic problems were identified and approaches to the perception of this category among researchers were systematized. Applying separate provisions of the theory of the firm (G. Spencer, O. E. Williamson) and algebraic expressions to evaluate the studied quantities, the possible economic consequences of the manifestation and stimulation of ambitious career behavior are evaluated, studied in three dimensions: at the level of a particular employee, in his immediate environment (team) and within the framework of the employer organization. It is concluded that the concentration of ambitious employees leads to an increase in unproductive stress among the employees themselves, destroys the results of team building, increases the costs of managing such teams and does not maximize, but, on the contrary, reduces the overall return (profit) of the organization at certain phases of the life cycle, thus determining the predictable trajectory of the employee's utility function. The originality of the research is confirmed not only by the formulation of the scientific problem, but also by the methods of its solution. New research logical constructions have been obtained that can be applied at the level of individual organizations in order to improve personnel policy and be taken into account individually when arranging employment or career planning. The definition of the concept of “ambition”, clarified for the purposes of the study, is proposed.

Keywords: ambition, personnel management, career, utility, team

Acknowledgements: the research in terms of its strict formalization took place thanks to the talent of Daniil Dmitrievich Davydov, a Russian physicist, an employee of the Department of Particle Physics and Cosmology at Lomonosov Moscow State University. The construction of an abstract model in the course of our work is of course the result of his most valuable consultations. The authors are extremely grateful to him for his support.

For citation: Kamolov S. G., Markov T. A. Ambition as an economic category. *Vestnik of Astrakhan State Technical University. Series: Economics. 2024;4:16-26.* (In Russ.). <https://doi.org/10.24143/2073-5537-2024-4-16-26>. EDN UZHBDH.

Введение

Показатели безработицы в европейских странах, особенно в молодежной среде, свидетельствуют о том, что присущий континентальной культуре индивидуализм, способствующий формированию индивидуальных амбиций, весьма вероятно, провоцирует нереалистичное представление о подходах к карьерному планированию у начинающих специалистов. По данным Евростата, к концу 2023 г. средний уровень безработицы в странах еврозоны составлял 6,4 % (граждане от 15 до 74 лет), а для людей молодого возраста (15–24 лет) – уже 14,5 % [1].

Хотя в некоторых исследованиях отмечают, что пик амбициозности и самоуверенности приходится на возрастную группу от 30 до 40 лет, очевидно, что адекватное представление об истинных стремлениях работодателя, необходимость самоидентификации в организации с учетом ее ценностей и миссии – это насущные вопросы, непосредственно воздействующие на амбициозные планы кандидатов и сотрудников организаций всех возрастов [2]. В этой связи определение критических факторов, влияющих на траекторию жизненного успеха, и взаимосвязей между личностными характеристиками, профессиональной квалификацией и особенностями рынка труда (включая потенциал трудоустройства) могли бы обогатить теорию фирмы и теорию организационного поведения, а также помочь молодым людям в принятии более надежных карьерных решений.

Амбиция может рассматриваться как психологически концентрированное, карьерно-ориентированное поведение, характеризующееся стремлением индивидуума к максимизации своей пользы от

трудовых отношений с работодателем. То есть амбиция – это способ укрепления служебных позиций сотрудника.

Наша научная гипотеза заключается в предположении о том, что амбициозные сотрудники сталкиваются с ограниченной мотивацией конкурентов вырабатывать сложные правила взаимной адаптации, что не ведет к Парето-оптимальному состоянию заинтересованных сторон и не позволяет достичь максимизированного результата отдельным из них. Ключевая задача настоящей статьи – наметить контуры модели амбиции как экономической категории и определить подходы к оценке равновесного состояния работника и работодателя в условиях их взаимного стремления к максимизации отдачи от взаимодействия.

Особый интерес вызывает влияние новейших идей теории человеческого капитала на функцию полезности работника для фирм, в частности концепция «регуманизации» рабочего пространства как способа реализации человекоцентричного подхода.

Кроме того, есть признаки повышения значимости органов государственной власти, которым наиболее амбициозные кандидаты отдают предпочтение ввиду возможности более ощутимого влияния на широкий круг социально-экономических задач по сравнению с бизнес-структурами [3].

Таким образом, отмечаем формирование как теоретического, так и практического интереса к проблеме привлечения на работу амбициозных сотрудников и разработки соответствующих экономических последствий таких решений.

Методология исследования

Из концепции экономического естественного отбора (economic natural selection) А. Алчиана и М. Фридмана следует, что больше ресурсов и рыночного влияния достанется тем фирмам, которые «...выбрали правила, требующие максимизации прибыли» [4, с. 274]. Логично предположить, что и у индивидуумов в рамках карьерной конкуренции существуют аналогичные естественные факторы, влияющие на функцию их полезности. Ключевым таким фактором выступает амбиция сотрудника.

Гэри Беккер в своей работе «Экономический анализ и человеческое поведение» отмечал, что «экономический подход предполагает максимизирующее поведение: речь может идти о максимизации функции полезности или богатства» [5, с. 26]. Кроме того, Г. Беккер считал, что преследование собственных интересов (self-interest) является доминантным среди всех других мотивов деятельности. Интересы реализуются в дихотомии Беккера – сопряжении понятий «эгоист» и «альтруист». Альтруист, согласно теории Г. Беккера, – индивидуум, рационально желающий сократить собственное потребление для того, чтобы другие могли увеличить потребление. Соответственно, эгоист – человек с диаметрально противоположным желанием. Если принять альтруизм и эгоизм как целевые состояния для экономического субъекта, то амбиция может непротиворечиво выступать средством их достижения.

Движение в направлении целевых состояний как у эгоистов, так и у альтруистов будет происходить путем самоидентификации, а значит, соотношения собственных целей с целями и миссией организации.

Миссия может рассматриваться в качестве смыслового знаменателя для всех сотрудников организации. Это способ создания общей платформы, на которой происходит самоидентификация сотрудников, с одной стороны, и их интеграция в бизнес-среду и процессы организации – с другой. Однако справедливо поставить вопрос о том, насколько миссия организации и самоидентификация индивида должны совпасть, чтобы удовлетворить его амбициозные потребности? Как отмечает Дж. Акерлоф, «...термины идентичность и самоидентификация применяются для описания социальной группы человека... и для описания восприятия человеком самого себя (передает то, что люди думают о себе и оценивают свои действия)» [6, с. 111]. Самоидентификация работает как «центробежная сила» для амбициозного сотрудника: определяет его внутреннее «я». Постигание идентичности компании позволяет сотруднику ориентироваться в ее ценностной системе координат, сплавивает коллектив. «Потерять веру в систему – означает поставить

свои интересы выше служебных» [7, с. 8]. Таким образом, эти две силы уравнивают друг друга.

«С каждой социальной группой ассоциируются конкретные нормы поведения», – полагает Дж. Акерлоф [6, с. 111]. Очевидно, что стремление к равновесному состоянию отношений сотрудника и работодателя будет реализовано только в том случае, когда амбиция сотрудника подразумевает вхождение в социальную группу «сотрудники организации» или в определенный сегмент этой группы. Равновесное состояние также подразумевает возможность максимизации полезности отношений как для сотрудника, так и для работодателя. Однако реализация сотрудником и работодателем стремления максимизировать полезность от своих отношений характеризуется разнонаправленностью векторов их интересов.

В то же время векторы интересов организации и сотрудника будут совпадать, если организационная идентичность и личная самоидентичность находятся в гармонии. В таком ландшафте интересов формируются особые карьерные треки наиболее амбициозных сотрудников, которые будут выходить за границы формирующегося в коллективах консенсуса в отношении способов, интенсивности и ресурсозатратности достижений целевых карьерных состояний.

Современный работодатель вынужден нести постоянно возрастающие издержки в целях обеспечения взаимной адаптации идентичности и ценностей организации и трудового коллектива. Этот феномен получил название регуляции организации рабочего пространства как способа реализации человекоцентричного подхода. В частности, организации все чаще сталкиваются с необходимостью нести внушительные затраты на дизайн и оснащение рабочих интерьеров, а под давлением нарастающей конкуренции за таланты компании трансформируются из потребителей талантов (talent taker) в производителей талантов (talent maker) [8]. В совокупности это создает долгосрочный тренд к росту издержек, связанных с воспроизводством кадровых ресурсов, и уменьшению маржинальности операций компаний, сужая для работодателей возможности максимизации отдачи от трудовых ресурсов. «Ощущение идентичности с организацией... имеет решающее значение для обеспечения функционирования организаций», – отмечал Дж. Акерлоф [6, с. 109]. Хотя он же признавал склонность работодателей достигать эту цель, применяя «весьма грубый инструмент» стимулирования – денежные оклады, эффективность которого проявляется только для работ с наблюдаемыми показателями, без выполнения параллельных задач (multitasking) и без конкуренции за дополнительные премии в коллективе.

В качестве важнейшего фактора эффективности

организаций Дж. Акерлоф рассматривает их способность создавать для сотрудников должности, с которыми они могли бы самоидентифицироваться. Некоторые эмпирические данные показывают, что при найме работников, разделяющих миссию, производительность таких организаций растет. Работнику, чувствующему себя составной частью организации, не нужно больших денежных стимулов для того, чтобы добросовестно выполнять свою работу [9]. Опубликованы исследования, в которых установлено, что улучшение связанности сотрудников с миссией организации на 10 % ведет к росту выручки на 8,1 % и прибыли на 4,4 % [10].

Итак, в совокупности наш методологический подход к исследованию предполагает рассмотрение категории «амбиция» как существующего в пространстве организационной идентичности и самоидентичности работника явления, непосредственно связанного с производительностью труда в коллективе.

Дадим определение понятия «амбиция». В словаре Ф. Брокгауза – И. Эфрона амбиция определяется как «чувство чести, честолюбие» [11, с. 615]. Советский энциклопедический словарь определяет амбицию как «честолюбие, тщеславие, обостренное самолюбие, самомнение, спесь» [12, с. 48]. Словарь Мерриам-Вебстер: «...амбиция – это пылкое желание звания, славы или власти» [13]. Ресурс Oxford Dictionary приводит следующую формулировку: «...сильное стремление к достижениям, продвижению или почету; чрезмерное желание этого типа» [14].

Исследователи Р. Симонс и А. Кортас опреде-

ляют амбиции как стремление работать со сложными вызовами, превышать собственные ожидания, добиваться лидерской роли [15]. Некоторые нишевые исследования выявляют особенности в восприятии амбиции среди определенных социальных и гендерных групп. Так, среди молодых женщин, ориентированных на карьерный рост, распространен стереотип, что служебный успех достигается только в результате принесения в жертву своей личной жизни, а если результат неудовлетворительный, то это лишь свидетельство недостаточно амбициозного подхода [16].

Если русскоязычное прочтение понятия «амбиция» характеризуется, скорее, этической направленностью, то в англоязычной версии определений явно присутствует деятельностная конкретизированная составляющая. Неслучайно в исследованиях классиков теории фирмы (Р. Коуз, Г. Саймон), а также теории человеческого капитала (Г. Беккер) широко применялись такие категории, как «идентичность», «самоидентичность», «социальные группы», «мотивация», как явления, сопровождающие трудовые отношения, характеризующиеся понятиями «полезность» и «предельная полезность» в целях обоснования концепции «полезности трудовых отношений» и стремлении работника и работодателя к «максимизации» такой полезности [17–19].

Для наглядности мы систематизировали основные атрибуты издержек при реализации умеренного и амбициозного сценария карьерного роста в сравнительной таблице.

Основные атрибуты издержек при реализации умеренного и амбициозного сценария карьерного роста

Main attributes of costs in the moderate and ambitious career growth scenarios

Атрибут издержек	Умеренный сотрудник	Амбициозный сотрудник
Постоянная работа в режиме «овертайм»	+	+
Готовность жертвовать интересами других для достижения корпоративных задач	–	+
Скорее следовать интересам непосредственного начальника, чем истине	–	+
Подчинить долгосрочные профессиональные интересы краткосрочным задачам поддержания отношений с непосредственным начальником	–	+
Больше других инвестировать в свое профессиональное развитие	–	+
Сталкиваться с возрастающей конкуренцией на каждой новой ступени в карьере	–	+
Проявлять лояльность работодателю, если поступило более выгодное материально предложение от конкурентов	+	–
Находиться в состоянии гармонии (баланс «работа – личная жизнь»)	+	–

Как следует из сравнения совокупностей издержек, амбициозность связана с необходимостью преодолевать больше вызовов в процессе построения служебной карьеры.

В контексте нашего исследования будем использовать непротиворечивое вышерассмотренным подходам определение понятия «амбиция»

как ресурса достижения желаемого целевого состояния, выражающегося в повышенной психологической готовности к действию. В таком случае возникает возможность формализации некоторых карьерных стратегий работника и сопутствующих им уровней совокупных и предельных издержек, подобно тому, как можно сравнивать два двигателя

(мощный и экономичный) с одним запасом топлива: один может ехать быстро, но недолго и недалеко, другой медленно, но на длительное расстояние.

Результаты исследования

Джордж Акерлоф утверждает, что полезность сотрудника «...определяется уровнем прилагаемых усилий и размерами получаемого дохода и не зависит от того, соотносит ли себя работник с нанимающей его фирмой» [6, с. 112]. Значит ли это, что усилиями организации по созданию условий для самоидентификации можно пренебречь или рассматривать их в качестве косвенных издержек по максимизации отдачи от работника? Кроме того, Дж. Акерлоф сводит отношения работодателя и сотрудника к разработке «...оптимального контракта, который максимизировал бы ожидаемую прибыль работодателя (ожидаемая выручка за вычетом ожидаемой заработной платы). Оптимальный контракт есть ожидаемый результат соотношения роста ожидаемой выручки и сопутствующего увеличения ожидаемой заработной платы при увеличении уровня усилий, прилагаемых сотрудником» [6, с. 112].

Работник также стремится максимизировать свою ожидаемую полезность. В институциональной интерпретации полезность работы для сотрудника рассчитывается как разность между доходом и издержками приложения усилий. Полезность дохода описывается функцией $\ln(y)$, где y – размер дохода, соответственно, предельная полезность дохода убывает. Приложение усилий (e – их уровень) связано с потерей полезности. Джордж Акерлоф объясняет это тем, что если сотрудник чувствует себя инсайдером, то высокий уровень усилий максимизирует его полезность, связанную с такой самоидентификацией [6]. Если же работник понимает, что он не стал частью социальной группы компании, ему необходим большой разрыв в уровнях оплаты труда, чтобы компенсировать полезность, которую он теряет, работая в интересах фирмы.

Расширенная функция общей полезности работника имеет следующий вид:

$$U(y, e, c) = \ln(y) - e + Ic - tc|e^c - e|,$$

где U – уровень полезности работника; y – его доход; e – уровень прилагаемых усилий; c – социальная группа, с которой отождествляет себя работник; Ic – полезность, которую он получает, просто относя себя к категории c ; e^c – «идеальный» уровень усилий для категории c ; $tc|e^c - e|$ – издержки (потери полезности), сопряженные с отклонением от e^c [6].

Мы модифицировали функцию полезности Акерлофа, добавив некоторые параметры. Один из них характеризует внутреннее субъективное отно-

шение работника к делу (будем называть этот параметр A – «амбиция»). Предположим, что при повышенной амбиции работника его эффективность (и, как следствие, его полезность для организации) будет возрастать, т. е. допускаем существование положительной корреляции амбициозности работника и уровнем его полезности.

Второй параметр будет характеризовать давление (P), оказываемое на работника в связи с конкуренцией на его должностном уровне. При карьерном росте давление, очевидно, будет также расти, поэтому изменение в давлении будет сказываться на изменении как полезности работника, так и его внутреннего психологического баланса. Мы делаем предположение, что зависимость полезности работника от давления реализуется через амбициозность, а также учитываем, что в силу человеческих факторов параметр «амбициозность» меняется со временем t :

$$U(y, e, c, A, P, t) = U(y, e, c, A(P, t)).$$

В силу ограниченности человеческих возможностей существует верхняя граница для функции полезности. Таким образом, модифицированная функция полезности приобретает следующий вид:

$$U_{mod}(y, e, c, A, P, t) = U(y, e, c) + A(P, t),$$

где $A(P, t) = \ln(P / P_0) \cdot f(P, t)$; P_0 – начальное давление; $f(P, t)$ – зависящая от времени и давления функция, ограничивающая модифицированную функцию полезности в связи с ограниченными человеческими возможностями.

Изменение этой функции во времени связано с изменением внутреннего психологического (ресурсного) баланса человека с учетом его амбициозности и уровня прилагаемых им усилий.

Если работник чрезвычайно амбициозен, то его внутренний баланс будет ухудшаться и, как следствие, функция $f(P, t)$ начнет уменьшаться, ограничивая таким образом полезность. Поведение функции $f(P, t)$ зависит от конкретного работника (его воспитания, характера, мировоззрения, усидчивости, трудолюбия и т. п.). Зависимость от давления связана с тем, как работник реагирует на возрастающее на него внешнее давление, и служит еще одним фактором, ограничивающим полезность.

Давление в логарифме означает – ощущая возрастающее давление, работник осознает, что руководство положительно воспринимает его труд, поэтому испытывает сильную мотивацию продолжать, что укрепляет его амбициозность. Косинус показывает изменчивое со временем поведение человека в силу его внутренних факторов.

В качестве примера возьмем функцию амбициозности в виде:

$$A(P, t) = \ln(P / P_0) \cdot f(P, t) = \ln(P / P_0)(\cos(t) / P).$$

В то же время обратная пропорциональность $f(P, t)$ от P связана с предположением, что с возрастающим давлением работник испытывает повышенную нагрузку, ухудшающую его внутренний баланс, что, возможно, снижает уровень амбициозности.

Таким образом, мы получаем следующий вид функции полезности работника в зависимости от внешнего давления P (в условных единицах) (рис. 1). Вертикальные линии 1 и 2 представляют собой ограничения: линия 1 связана с начальным давлени-

ем P_0 , в то время как линия 2 показывает максимально возможное давление P_{\max} . Линия 3 в области, ограниченной линиями 1 и 2, представляет собой модифицированную функцию полезности. Остальные параметры фиксированы. Тот факт, что полезность с давлением снижается, не должна удивлять, т. к. стоит помнить, что мы допускаем разное поведение на фазах жизненного цикла организации. Поведение функции полезности в динамике выглядит следующим образом (рис. 2).

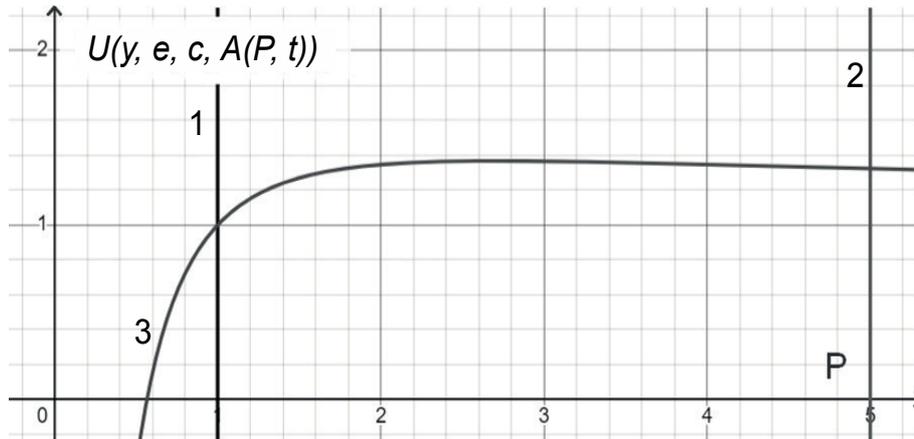


Рис. 1. Функция полезности работника в зависимости от внешнего давления P (в условных единицах)

Fig. 1. Utility function of a worker as a function of external pressure P (in conditional units)

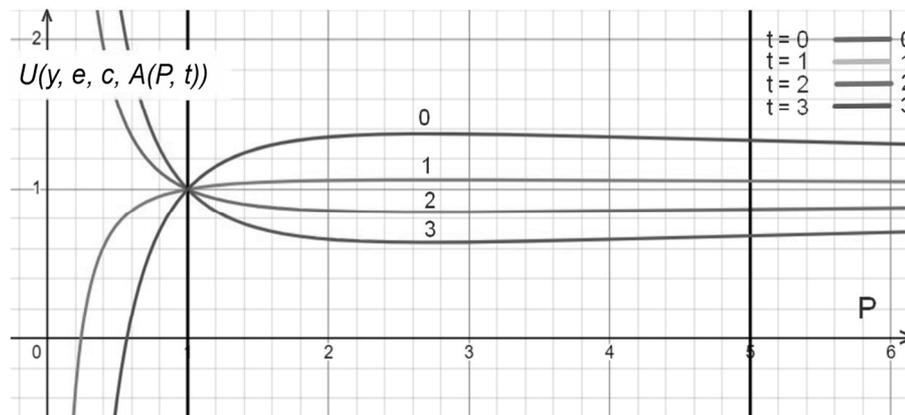


Рис. 2. Функции полезности работника в зависимости от внешнего давления P (в условных единицах) в разные моменты времени

Fig. 2. Utility functions of a worker as a function of external pressure P (in conditional units) at different moments of time

Время t здесь представлено в виде условных единиц (это может быть количество дней, недель или месяцев начиная с нулевого момента времени, соответствующего выходу сотрудника на работу). Стоит еще раз подчеркнуть, что поведение этих кривых ограничено линиями 0 и 3, т. е. параметры данной системы изменяются в пределах некоторой

области. Например, при фиксированном давлении полезность будет осциллировать со временем. Данное свойство вполне естественно, поскольку работник в разное время может иметь различную степень амбициозности, колеблющейся около какого-то значения.

Данные рассуждения можно рассматривать

не только в контексте отдельно взятого работника, но и целой группы. В таком случае понятие амбициозности необходимо применять ко всему рабочему коллективу.

В качестве упрощения предположим, что работники в группе никак между собой не взаимодействуют (не конкурируют), т. е. амбициозность A_1 работника под номером 1 никак не влияет на амбициозность A_2 работника под номером 2 (и это справедливо для любых двух работников под номерами i, j , где $i, j = 1, 2, 3, 4, 5, \dots, N$, где N – число работников в группе). Тогда общая амбициозность группы $A_{гр}$ будет представлять собой сумму парциальных амбициозностей работников:

$$A_{гр}(P, t) = \sum A_i(P, t) = A_1(P, t) + A_2(P, t) + \dots + A_N(P, t).$$

Таким же свойством обладает общая функция полезности группы работников (полужирный шрифт означает вектор):

$$U_{mod}(\mathbf{y}, \mathbf{e}, \mathbf{c}, A, P, t) = U_{гр}(\mathbf{y}, \mathbf{e}, \mathbf{c}) + A_{гр}(P, t) = \sum U_i(y_i, e_i, c_i) + \sum A_i(P, t).$$

Рассмотрим группу из 2-х работников с умеренными амбициями. Для грубой оценки будем считать, что амбициозность этих сотрудников строго равна 0. Тогда их общая функция полезности будет равна:

$$(U_{mod})_2(\mathbf{y}, \mathbf{e}, \mathbf{c}, A, P, t) = U_{гр}(\mathbf{y}, \mathbf{e}, \mathbf{c}) + A_{гр}(P, t) = U_1(y_1, e_1, c_1) + A_1(P, t) + U_2(y_2, e_2, c_2) + A_2(P, t) = U_1(y_1, e_1, c_1) + U_2(y_1, e_2, c_2).$$

Эта величина никак не изменяется со временем, т. е. функция полезности для таких сотрудников равна некоторому постоянному значению.

Теперь добавим в эту группу одного амбициозного сотрудника и посмотрим, как изменится функция полезности для такой группы:

$$(U_{mod})_3(\mathbf{y}, \mathbf{e}, \mathbf{c}, A, P, t) = U_1(y_1, e_1, c_1) + U_2(y_2, e_2, c_2) + U_3(y_3, e_3, c_3) + A_3(P, t) = U_1(y_1, e_1, c_1) + U_2(y_2, e_2, c_2) + U_3(y_3, e_3, c_3) + \ln(P/P_0)\cos(t)/P.$$

На графике ниже представлены две кривые (рис. 3). Линия 1 представляет собой случай для группы из двух умеренных работников. Линия 2 представляет собой группу из двух умеренных и одного амбициозного сотрудника (в предположении, что для амбициозного сотрудника функция полезности выбрана как в вышеупомянутом случае). Из графика можно заключить следующее: в случае, когда сотрудники между собой не взаимодействуют, добавление одного амбициозного сотрудника в группу из умеренных сотрудников никак не изменяет интегральную общую функцию полезности (площадь за период будет одна и та же).

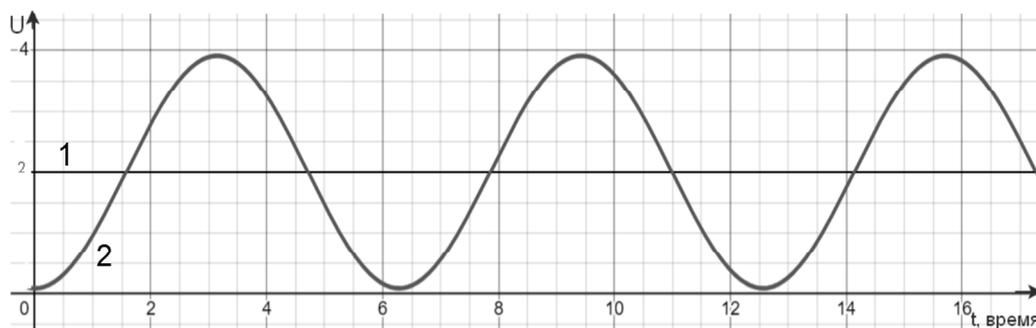


Рис. 3. Общая функция полезности в случае двух умеренных сотрудников (линия 1) и в случае двух умеренных и одного амбициозного сотрудника (линия 2)

Fig. 3. Total utility function in the case of two moderate employees (line 1) and in the case of two moderate and one ambitious employee (line 2)

Но в реальности взаимодействие между сотрудниками происходит, поэтому стоит рассмотреть такой же пример, учитывающий взаимодействие внутри коллектива. Обоснование следующее: амбициозный сотрудник, искренне желающий работать эффективно и продуктивно, должен влиять на умеренных сотрудников (например, работая в одном рабочем пространстве). Это не означает, что умеренные сотрудники станут амбициозными. Но это значит, что общая функция полезности для двух умеренных сотрудников под влиянием одного ам-

бициозного сотрудника может измениться. Мы рассмотрим случай ее возрастания (когда амбициозный сотрудник положительно влияет на работу своих коллег). В таком случае их функция полезности с учетом взаимодействия с функцией амбициозности (для амбициозного сотрудника) примет вид:

$$(U_{mod})_2(\mathbf{y}, \mathbf{e}, \mathbf{c}, A, P, t) = U_1(y_1, e_1, c_1) + U_2(y_2, e_2, c_2) + gA_3(P, t),$$

где g – константа взаимодействия (степень влияния) между амбициозным сотрудником и группой

из двух умеренных сотрудников ($0 \leq g \leq 1$).

В таком случае:

$$\begin{aligned} (U_{mod})_3(y, e, c, A, P, t) &= U_1(y_1, e_1, c_1) + U_2(y_2, e_2, c_2) + \\ &+ gA_3(P, t) + U_3(y_3, e_3, c_3) + A_3(P, t) = \\ &= U_1(y_1, e_1, c_1) + U_2(y_2, e_2, c_2) + U_3(y_3, e_3, c_3) + \\ &+ (g + 1)A_3(P, t). \end{aligned}$$

Уже видно, что в таком рассмотрении общая функция полезности возрастет. Влияние может быть оказано и другим способом: умеренные сотрудники

начинают постепенно увеличивать свою производительность труда (добавляется логарифм в их общую функцию полезности). Тогда общая функция для трех сотрудников будет выглядеть как:

$$(U_{mod})_3(y, e, c, A, P, t) = U_1(y_1, e_1, c_1) + U_2(y_2, e_2, c_2) + U_3(y_3, e_3, c_3) + (g + 1)A_3(P, t) + \ln(t / t_0),$$

где t_0 – некоторый размерный параметр.

Тогда общая функция полезности будет выглядеть следующим образом (рис. 4).

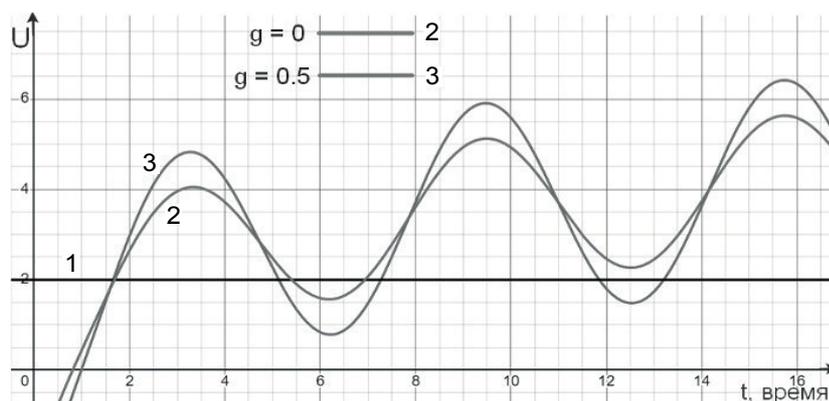


Рис. 4. Общая функция полезности в случае двух умеренных сотрудников (линия 1) и в случае двух умеренных и одного амбициозного сотрудника (линии 2 и 3) с разными константами g

Fig. 4. Total utility function in the case of two moderate employees (line 1) and in the case of two moderate and one ambitious employee (lines 2 and 3) with different constants g

Согласно графику на рис. 4 кривая 1 осталась без изменений, а линии 2 и 3 показывают общую функцию полезности в случае взаимодействия. Вид этих кривых обеспечивается за счет логарифма $\ln(t / t_0)$, который появился в предположении, что умеренные сотрудники под влиянием амбициозного начинают постепенно работать эффективнее.

Обсуждение

Полученные результаты показывают, что дополнение Дж. Акерлофа функции полезности работника фактором амбициозности позволяет определить новые прикладные аспекты данной модели. В рамках нашего исследования мы установили ряд научных трудов, сфокусированных на изучении феномена амбиции и его экономических измерений.

Так, например, М. Бир и Е. Людвиг увидели в амбиции возможность диалектического объединения ранее взаимоисключающих сущностей: социальных ценностей, высоких финансовых результатов и удовлетворенности сотрудников [20]. Современная версия амбициозности заключается в нацеленности руководителя «побеждать на всех направлениях»: удовлетворять запросы сотрудников, клиентов, акционеров, общества.

Исследователь Р. Каруччи отмечает, что амби-

ция проявляется в трех плоскостях: результатах текущей работы (performance), показателях экономического роста (growth) и профессиональных достижениях (achievement) [21]. Более устойчивые и выраженные устремления амбициозных сотрудников заставляют их постоянно совершенствоваться в профессии и превосходить свои же исторические результаты. «Слишком амбициозный» кандидат фокусируется на обеспечении финансового роста компании, в то время как «недостаточно амбициозные» кандидаты уделяют больше внимания вопросам благополучия своей семьи и личным интересам, что достаточно парадоксально с точки зрения традиционного воспитания, учитывая стереотипное восприятие амбициозного сотрудника как человека, сфокусированного именно на своих личных интересах. Таким образом, Р. Каруччи определяет несбалансированное развитие как атрибут амбициозных сотрудников, подчиняющих свою жизнь достижению одной цели.

Исследование [22] выявило некоторые экстерналии (эффект сверхамбициозности) у топ-руководителей организаций, стремившихся к одновременному достижению как установленных финансово-экономических показателей, так и долгосрочной экономической ценности (long-term economic value).

Данное исследование показало, что амбициозность менеджеров позволяла добиваться ощутимых преимуществ (benefits) для окружающих эти организации сообществ (по географическому, отраслевому или иным признакам) и создания крепкого (robust) социального капитала внутри организаций. Подобный тип амбиций формируется вокруг ядра стратегической идентичности организации и ее культуры. Именно такой эффект был отмечен в Standard Chartered Bank и группе Volvo после стратегической перезагрузки на рубеже веков.

Результаты исследования [23] показывают, что «способность устраиваться на работу в соответствии со своей квалификацией и оставаться занятым» (employability) является одним из главных целевых состояний, к которым стремится сегодня молодежь в рамках планирования своей карьеры. А карьерные амбиции начинают восприниматься в качестве мерила общего жизненного успеха (Employability deals with the ability to be employed) [24, 25]. Вместе с тем авторы [23] выявили признаки разрыва традиционных стереотипов восприятия карьеры, ввиду формирования гибких, динамичных, дискретных шаблонов карьерных треков, без четких должностных и иерархических границ (dynamic, flexible, fragmented, boundaryless and jobless).

Некоторые исследования дополняют теорию «локуса контроля» Дж. Роттера понятием «амбиция» как фактора, определяющего самооценку и реальные перспективы трудоустройства среди студентов, а М. Дражич вообще утверждает, что амбиция может рассматриваться в качестве «прокси»-индикатора будущего карьерного успеха и будущих карьерных достижений [23]. Тем не менее постепенно такие исследования начинают относить амбицию к разряду «мягких» навыков, включающих, как правило, настойчивость, целеустремленность, гибкость мысли и поведения.

Заключение

Результаты исследования позволяют сформулировать предположения о дальнейших перспективах предложенной нами модели развития функции полезности Акерлофа.

1. Джордж Акерлоф предполагает, что работник может принимать только два состояния: A , сопряженное с высоким уровнем усилий, и B , реализуемое при низком уровне усилий. В реальности состояние работников характеризуется более сложной конфигурацией и подвижностью. Работник может не только занимать какое-то из этих двух действий, но и находиться внутри этого диапазона. Формально это выглядит следующим образом:

$$C(t) = \alpha(t)A + \beta(t)B,$$

где $C(t)$ – реальное действие работника; $\alpha(t)$, $\beta(t)$ – некоторые зависящие от времени коэффициенты; $\alpha(t) + \beta(t) = 1$, t ; $0 \leq \alpha(t) \leq 1$, $0 \leq \beta(t) \leq 1$, t .

Целесообразно дальнейшие рассуждения, связанные с общей функцией полезности, рассматривать с учетом реальных состояний работников. Коэффициенты зависят от конкретного человека, однако могут быть определены при некоторой классификации работников по типовым признакам.

2. Неопределенность параметра «доходность» у Дж. Акерлофа требует уточнения. Учитывая, что доходность стоит под логарифмом, можно заключить, что она является безразмерным параметром. Однако в таком случае непонятно, какая величина в безразмерных единицах будет соответствовать удовлетворительному доходу для работника. Можно допустить следующее: пусть y – доход работника в процентах. Он будет определяться как отношение фактического дохода к желаемому доходу работника (желаемый доход определяется самим работником исходя из его рабочего опыта и образования). В таком случае под логарифмом будет стоять осмысленно физическая величина в безразмерных единицах. Однако стоит отметить, что это не единственный способ ввести данный параметр.

3. Определение единиц измерения остальных параметров функции полезности Акерлофа позволило бы применять ее не только как качественную модель, но и как инструмент количественных расчетов. Для более строгих построений необходимо ввести размерные параметры и определить возможные критические значения параметров. При таком количественном подходе можно более детально анализировать функцию полезности, получая более нетривиальные результаты.

Исследователь А. Ротвелл подмечает очень важную особенность современного рынка труда, требующую дополнительного осмысления амбиций и их созидательного потенциала, характеризуя современные трудовые отношения как систему с сужающимся пространством для долгосрочного найма [26]. Таким образом, амбиции и иные качества должны быть подчинены решению задачи обеспечения долгосрочной индивидуальной привлекательности работников на рынке труда, а работодатели должны внимательно следить за соответствием рабочего климата в коллективах и фаз жизненного цикла организаций, чтобы не допускать разбалансировки и потери эффективности работы своих подразделений.

Список источников

1. Euro area unemployment at 6.4% // Eurostat euroindicators. 2024. N. 004/2024. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/18278350/3-09012024-AP-EN.pdf/616998cd-5675-cd0d-8fb2-180a16c9af53> (дата обращения:

06.07.2024).

2. Cunneen M. E. Crossing the Bridge to Leadership: Exposing Ambition Among Challenges // *Frontiers in Education*. 2021. V. 6. P. 1–11.

3. Jaclyn S. P. Public service motivation, prosocial behaviours, and career ambitions // *International Journal of Manpower*. 2016. V. 37. Iss. 5. P. 804–821.

4. Уильямсон О. Е. Фирмы и рынки // *Соврем. экон. мысль. Сер.: Экономическая мысль Запада*. М.: Прогресс, 1981. URL: https://portalus.ru/modules/economics/rus_readme.php?subaction=showfull&id=1103886126&archive=1120043517&start_from=&ucat=& (дата обращения: 07.07.2024).

5. Беккер Г. Экономический анализ и человеческое поведение // *Thesis*. 1993. Вып. 1. С. 24–40.

6. Акерлоф Д. А., Крэнтон Р. И. Идентичность и экономика организаций // *Рос. журн. менеджмента*. 2010. Т. 8 (2). С. 107–130.

7. Benton J. C. *Air Force Officer's Guide*, 32nd ed. Stackpole Books, 1999. 368 p.

8. *A Talent Strategy for Sustainability: Skills Matter, but Mindset Is Everything*. Bain & Company. URL: <https://www.bain.com/insights/a-talent-strategy-for-sustainability-skills-matter-but-mindset-is-everything-ceo-sustainability-guide-2023/> (дата обращения: 07.07.2024).

9. Камолов С. Г., Подольский В. Э. Количественная оценка конфликтности в иерархической организации // *Право и упр.* XXI в. 2013. № 1 (26). С. 47–53.

10. It's Bad News That So Few Companies Have A Clear Purpose. *Forbes*. URL: <https://www.forbes.com/sites/davidmichels/2024/03/19/its-bad-news-that-so-few-companies-have-a-clear-purpose/?sh=29466c33ba2b> (дата обращения: 07.07.2024).

11. Брокгауз Ф. А. Энциклопедический словарь (1772–1823) / под ред. И. Е. Андреевского. СПб.: Ф. А. Брокгауз, И. А. Ефрон, 1890–1907, 1890. 480 с.

12. Советский энциклопедический словарь. М.: Совет. энцикл., 1983. 1600 с.

13. Ambition. Merriam-Webster. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/ambition> (дата обращения: 06.07.2024).

14. Ambition. Oxford English Dictionary. URL: <https://www.oed.com/search/dictionary/?scope=Entries&q=ambition> (дата обращения: 06.07.2024).

15. Simons R., Kortas A. It's Time to Redefine Our Gendered Idea of "Ambition" // *Harvard Business Review*. Febru-

ary 08, 2024. URL: <https://hbr.org/2024/02/its-time-to-redefine-our-gendered-idea-of-ambition> (дата обращения: 06.07.2024).

16. Muriel N., Lise V. Do Women Shy Away From Competition? Do Men Compete Too Much? // *The Quarterly Journal of Economics*. 2007. V. 122. Iss. 3. P. 1067–1101.

17. Коуз Р. Фирма, рынок и право / пер. с англ. М.: Нов. изд-во, 2007. 224 с.

18. Simon H. A. *Administrative Behavior: a study of decision-making process in administrative organizations*, 4th ed. 1997. 384 p.

19. Becker G. S. *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education*, 1st ed. National Bureau of Economic Research, 1964. 187 p.

20. Beer M., Ludwig E. Higher Ambition: How Great Leaders Create Economic and Social Value // *Harvard Business Review*. February 06, 2012. URL: <https://hbr.org/webinar/2012/10/higher-ambition-how-great-lead> (дата обращения: 09.07.2024).

21. Carucci R. How Ambitious Should You Be? // *Harvard Business Review*. April 13, 2020. URL: <https://hbr.org/2020/04/how-ambitious-should-you-be> (дата обращения: 09.07.2024).

22. Foote N., Eisenstat R., Fredberg T. The Higher-Ambition Leader // *From the Magazine*. September 2011. URL: <https://hbr.org/2011/09/the-higher-ambition-leader> (дата обращения: 10.07.2024).

23. Ćurić Dražić M., Petrović I. B., Vukelić M. Career Ambition as a Way of Understanding the Relation Between Locus of Control and Self-Perceived Employability Among Psychology Students // *Frontiers in Psychology*. 2018. N. 9. P. 1729.

24. Hillage J., Pollard E. *Employability: Developing a Framework for Policy Analysis*. London: Department for Education and Employment, 1998. URL: https://www.researchgate.net/publication/225083565_Employability_Developing_a_framework_for_policy_analysis (дата обращения: 10.07.2024).

25. Vanhercke D., De Cuyper N., Peeters E., Witte H. D. Defining perceived employability: A psychological approach // *Personnel Review*. 2014. N. 43 (4). P. 592–605.

26. Rothwell A., Arnold J. Selfperceived employability: development and validation of a scale // *Personnel Review*. 2007. V. 36. N. 1. P. 23–41.

References

1. Euro area unemployment at 6.4%. *Eurostat euroindicators*, 2024, no. 004/2024. Available at: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/18278350/3-09012024-AP-EN.pdf/616998cd-5675-cd0d-8fb2-180a16c9af53> (accessed: 06.07.2024).

2. Cunneen M. E. Crossing the Bridge to Leadership: Exposing Ambition Among Challenges. *Frontiers in Education*, 2021, vol. 6, pp. 1-11.

3. Jaclyn S. P. Public service motivation, prosocial behaviours, and career ambitions. *International Journal of Manpower*, 2016, vol. 37, iss. 5, pp. 804-821.

4. Уильямсон О. Е. Фирмы и рынки [Firms and markets]. *Sovremennaja ekonomicheskaja mysl'. Seriya: Ekonomicheskaja mysl' Zapada*. Moscow, Progress Publ., 1981. Available at: https://portalus.ru/modules/economics/rus_readme.php?subaction=showfull&id=1103886126&archive=1120043

517&start_from=&ucat=& (accessed: 07.07.2024).

5. Bekker G. Ekonomicheskii analiz i chelovecheskoe povedenie [Economic analysis and human behavior]. *Thesis*, 1993, iss. 1, pp. 24-40.

6. Akerlof D. A., Krenton R. I. Identichnost' i ekonomika organizatsii [Identity and economics of organizations]. *Rossiiskii zhurnal menedzhmenta*, 2010, vol. 8 (2), pp. 107-130.

7. Benton J. C. *Air Force Officer's Guide*, 32nd ed. Stackpole Books, 1999. 368 p.

8. *A Talent Strategy for Sustainability: Skills Matter, but Mindset Is Everything*. Bain & Company. Available at: <https://www.bain.com/insights/a-talent-strategy-for-sustainability-skills-matter-but-mindset-is-everything-ceo-sustainability-guide-2023/> (accessed: 07.07.2024).

9. Kamolov S. G., Podol'skii V. E. Kolichestvennaia otsenka konfliktogenosti v ierarkhicheskoi organizatsii

[Quantitative assessment of conflictogeneity in a hierarchical organization]. *Pravo i upravlenie. XXI vek*, 2013, no. 1 (26), pp. 47-53.

10. *It's Bad News That So Few Companies Have A Clear Purpose*. *Forbes*. Available at: <https://www.forbes.com/sites/davidmichels/2024/03/19/its-bad-news-that-so-few-companies-have-a-clear-purpose/?sh=29466c33ba2b> (accessed: 07.07.2024).

11. Brokgauz F. A. *Entsiklopedicheskii slovar' (1772–1823)* [The Encyclopedic Dictionary]. Pod redaktsiei I. E. Andreevskogo. Saint Petersburg, F. A. Brokgauz, I. A. Efron Publ., 1890–1907, 1890. 480 p.

12. *Sovetskii entsiklopedicheskii slovar'* [The Soviet Encyclopedic Dictionary]. Moscow, Sovetskaia entsiklopediia Publ., 1983. 1600 p.

13. *Ambition*. *Merriam-Webster*. Available at: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/ambition> (accessed: 06.07.2024).

14. *Ambition*. *Oxford English Dictionary*. Available at: <https://www.oed.com/search/dictionary/?scope=Entries&q=ambition> (accessed: 06.07.2024).

15. Simons R., Kortas A. It's Time to Redefine Our Gendered Idea of "Ambition". *Harvard Business Review*, February 08, 2024. Available at: <https://hbr.org/2024/02/its-time-to-redefine-our-gendered-idea-of-ambition> (accessed: 06.07.2024).

16. Muriel N., Lise V. Do Women Shy Away From Competition? Do Men Compete Too Much? *The Quarterly Journal of Economics*, 2007, vol. 122, iss. 3, pp. 1067-1101.

17. Coase R. *The Firme, the market and the law*. Chicago, University of Chicago Press, 1988. 217 p. (Kouz R. Firma, rynek i pravo / per. s angl. M.: Novoe izdatel'stvo, 2007. 224 s.).

18. Simon H. A. *Administrative Behavior: a study of decision-making process in administrative organizations, 4th ed.* 1997. 384 p.

19. Becker G. S. *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education, 1st ed.* National Bureau of Economic Research, 1964. 187 p.

20. Beer M., Ludwig E. Higher Ambition: How Great Leaders Create Economic and Social Value. *Harvard Business Review*, February 06, 2012. Available at: <https://hbr.org/webinar/2012/10/higher-ambition-how-great-lead> (accessed: 09.07.2024).

21. Carucci R. How Ambitious Should You Be? *Harvard Business Review*, April 13, 2020. Available at: <https://hbr.org/2020/04/how-ambitious-should-you-be> (accessed: 09.07.2024).

22. Foote N., Eisenstat R., Fredberg T. The Higher-Ambition Leader. *From the Magazine*, September 2011. Available at: <https://hbr.org/2011/09/the-higher-ambition-leader> (accessed: 10.07.2024).

23. Ćurić Dražić M., Petrović I. B., Vukelić M. Career Ambition as a Way of Understanding the Relation Between Locus of Control and Self-Perceived Employability Among Psychology Students. *Frontiers in Psychology*, 2018, no. 9, p. 1729.

24. Hillage J., Pollard E. *Employability: Developing a Framework for Policy Analysis*. London, Department for Education and Employment, 1998. Available at: https://www.researchgate.net/publication/225083565_Employability_Developing_a_framework_for_policy_analysis (accessed: 10.07.2024).

25. Vanhercke D., De Cuyper N., Peeters E., Witte H. D. Defining perceived employability: A psychological approach. *Personnel Review*, 2014, no. 43 (4), pp. 592-605.

26. Rothwell A., Arnold J. Selfperceived employability: development and validation of a scale. *Personnel Review*, 2007, vol. 36, no. 1, pp. 23-41.

Статья поступила в редакцию 29.07.2024; одобрена после рецензирования 22.09.2024; принята к публикации 17.10.2024
The article was submitted 29.07.2024; approved after reviewing 22.09.2024; accepted for publication 17.10.2024

Информация об авторах / Information about the authors

Сергей Георгиевич Камолов — доктор экономических наук, доцент; профессор кафедры управления активами; Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации; s.kamolov@inno.mgimo.ru

Тихон Александрович Марков — аналитик отдела экспертизы и мониторинга цен; Московская дирекция транспортного обслуживания; Markov_t_a@my.mgimo.ru

Sergei G. Kamolov — Doctor of Economic Sciences, Assistant Professor; Professor of the Department of Asset Management; Moscow State Institute of International Relations (University) of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation; s.kamolov@inno.mgimo.ru

Tikhon A. Markov — Analyst of the Price Expertise and Monitoring Department; Moscow Directorate of Transport Services; Markov_t_a@my.mgimo.ru

