

9.8. АНАЛИЗ ЭМЕРДЖЕНТНЫХ СВОЙСТВ САМОКОНТРОЛЛИНГА В УСЛОВИЯХ СОГЛАСОВАНИЯ ИНТЕРЕСОВ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ И ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Уляшева Ж.В., старший преподаватель

Сыктывкарский государственный университет

Постструктуралистский взгляд на проблему согласования интересов производителей и потребителей в условиях самоконтроллинга падает на уровень отдельного индивида. Интересы производства и потребления согласованы в наноэкономической реальности индивидуальным посредством действия знака, кодирующего индивидуальное поведение согласно логике стоимости. Такая проблематизация предполагает возможность связи эмерджентных свойств самоконтроллинга и эмерджентного эффекта компании как целостности.

ВВЕДЕНИЕ

В условиях массового общества, где нет подлинного соучастия индивидов в процессах производства и потребления сложно обнаружить целостность человека. Эпатирующими, но при этом продуктивными для предприняемого анализа, выступают тексты французского философа и социолога Ж. Бодрийара (1929-2007), который считает, что быть свободным в обществе потребления означает лишь свободно проецировать желания на произведенные товары [1, 2, 3, 4, 5]. С этой точки зрения интересы субъектов экономики не антагонистичны и тотальный контроль действует на молекулярном уровне. Экономика, а рядом, и власть присутствует в точках, где происходит растрачивание человеческого: тела, психики подобно экономическому производству. Это принуждение к ликвидности (расходуваню психического, телесного) необходимо для обращения капитала в экономике сегодня [1]. Поэтому система потребления непротворечно замыкает систему производства, поскольку интересы производства и потребления непрерывно согласуются в самом сердце частной стратегии самореализации, которая сублимированно осуществляется за счет необратимого потребления культурных образов, знаков, смыслов. В этом отношении модные тенденции в менеджменте: децентрализация, участие в управлении, капитале, прибыли тоже представляют собой продукты культуры (свобода, ответственность, решение), которые потребляют и которые нейтрализуют более фундаментальные вещи, как потребительная стоимость делает позитивной логику производства.

Проблема согласования интересов производителей и потребителей может рассматриваться на уровне имеющегося разрыва между индивидуальными потребностями и обезличенным производством товаров/социальных статусов / информации. Интересы производителей и потребителей согласуются на наноэкономическом уровне как на рынке товаров, так и в компании, поскольку в ней также воспроизводятся культурные смыслы, стратегии, ценности. Самоконтроллинг как дискурс, конституирующий ответственность, самоконтроль, участливость состоит в том, чтобы интересы участников компании совпадали с интересами стоимости настолько, насколько это возможно.

На институциональном уровне в условиях большей ориентации компаний соответствовать интересам поставщиков капитала, контроллинг осуществляет редизайн своих функций в пользу клиент-ориентированного управления, связывая финансовый успех с удовлетворением интересов клиентов как ключевых стейк-холдеров. Система учета интересов потребителей, двигаясь от маркетингового зондажа к персональному учету желаний, продолжает моделировать потребителя как экономическую абстракцию на более изошренном инфраструктурном уровне, разыгрывая культурную стратегию участия субъекта в потреблении [8]. От тэйлоровской дрессировки рабочего в системе производства формируется модель рационального потребителя в системе потребления. Основными институциональными инструментами реализации такой задачи в контроллинге выступают сбалансированная система показателей, процесс-ориентированное управление, самоуправление, а инфраструктурными – максимальная открытость, доступность информации, управление в режиме он-лайн, рост коммуникаций. От исключительно бюрократических процедур контроллинг переориентируется в сторону самоконтроллинга [6, 13]. В результате внутри компаний организуется инфраструктура труда аналогичная инфраструктуре потребления, которая разыгрывает ценности причастности, ответственности и поступка. Самоконтроллинг, актуализирующий в контексте институциональной проблематизации интересов производителей и потребителей как экономических агентов, представляет очередной виток дискурсивного развития управленческой науки, конструирующей социальную реальность в соответствии с экономическим порядком стоимости.

Основными институциональными инструментами реализации такой задачи в контроллинге выступают сбалансированная система показателей, процесс-ориентированное управление, самоуправление, а инфраструктурными – максимальная открытость, доступность информации, управление в режиме он-лайн, рост коммуникаций. От исключительно бюрократических процедур контроллинг переориентируется в сторону самоконтроллинга [6, 13]. В результате внутри компаний организуется инфраструктура труда аналогичная инфраструктуре потребления, которая разыгрывает ценности причастности, ответственности и поступка. Самоконтроллинг, актуализирующий в контексте институциональной проблематизации интересов производителей и потребителей как экономических агентов, представляет очередной виток дискурсивного развития управленческой науки, конструирующей социальную реальность в соответствии с экономическим порядком стоимости.

1. САМОКОНТРОЛЛИНГ КАК ДИСКУРС И ЕГО ЭМЕРДЖЕНТНЫЕ ИНТЕРЕСЫ

Самоконтроллинг – это совокупность экономических явлений, совершаемых экономическими наносубъектами в пределах хозяйственной единицы в целях стабильного ее существования на рынке. Объектом самоконтроллинга является компания, предметом изучения – отношения экономических агентов, процессы и факторы совершенствования экономическим агентом своих возможностей, образующихся в результате взаимодействия его с коллективом [6].

Самоконтроллинг как система подразумевает обнаружение системных свойств целостности и эмерджентности.

Понятие целостности основывается на предположении, что система представляет собой нечто большее, а иногда и качественно отличное, чем сумма составляющих ее частей. Проявление этих свойств принято называть эмерджентностью (от англ. emergent – «неожиданно возникающее»). Схематично это можно представить следующим образом:

$$\mathcal{E}_1 + \mathcal{E}_2 + \dots + \mathcal{E}_n < \mathcal{E}_0, \tag{1}$$

где

$\mathcal{E}_1 + \mathcal{E}_2 + \dots + \mathcal{E}_n$ – эффекты деятельности отдельных частей системы;

\mathcal{E}_0 – эффект деятельности системы как целостного явления [16].

Системный (эмерджентный) эффект (как часть прибыли) достигается оптимальным взаимодействием ресурсных элементов социально-экономической системы компании, которые представлены как предметы труда, труд работников, капитал и предпринимательские способности руководителей (менеджеров), информационные ресурсы и технологии. Экономическая модель компании характеризуется следующим выражением:

$$\Pi = B - \Phi_1 - \Phi_2, \tag{2}$$

где

Π – прибыль компании за год;

B – выручка от реализации продукции (услуг), руб.;

Φ_1 – переменные издержки производства, руб.;

Φ_2 – постоянные издержки, руб.

В обобщенной форме использованные ресурсы принимают форму себестоимости продукции (услуг).

Основным обобщающим показателем эффективности компании как социально-экономической системы, который отражает все стороны ее хозяйственной деятельности выступает прибыль. Максимальная прибыль

достигается во взаимодействии внутренних и внешних факторов деятельности компании.

Примем, что отдача (прибыль) совокупности ресурсных элементов равна банковскому проценту r , умноженному на себестоимость производства (стоимость использованных ресурсов).

Тогда системный (эмерджентный) эффект, как обобщающий критерий саморазвития компании в условиях самоконтроллинга, можно выразить следующим образом:

$$\mathcal{E}_{эм} = П * (1 - n / 100) - r * (\Phi_1 + \Phi_2), \quad (3)$$

где

$\mathcal{E}_{эм}$ – эмерджентный эффект социально-экономической системы, руб.,

n – ставка налога на прибыль, %.

При вычислении величины эмерджентного эффекта для конкретной компании возможны три варианта (рис. 1).

Вариант 1		Вариант 2		Вариант 3	
Выручка (В)	Эмерджентный эффект ($\mathcal{E}_{эм} > 0$)	Выручка (В)	Эмерджентный эффект ($\mathcal{E}_{эм} = 0$)	Выручка (В)	Эмерджентный эффект ($\mathcal{E}_{эм} < 0$)
	Отдача переменных затрат ($r * \Phi_1$)		Отдача переменных затрат ($r * \Phi_1$)		Отдача переменных затрат ($r * \Phi_1$)
	Отдача постоянных затрат ($r * \Phi_2$)		Отдача постоянных затрат ($r * \Phi_2$)		Отдача постоянных затрат ($r * \Phi_2$)
Затраты ($\Phi_1 + \Phi_2$)		Затраты ($\Phi_1 + \Phi_2$)		Затраты ($\Phi_1 + \Phi_2$)	

Рис. 1. Варианты величины эмерджентного эффекта

1. Эмерджентный эффект больше нуля ($\mathcal{E}_{эм} > 0$) показывает, что компания удовлетворяет системе интересов (ценностей) работников. Угроза возникновения конфликтов не ожидается. Чем больше значение эмерджентного эффекта, тем выше результаты деятельности компании
2. Эмерджентный эффект равен нулю ($\mathcal{E}_{эм} = 0$). Элементы системы хозяйственного механизма несогласованы. В этом случае над компанией может возникнуть серьезная угроза конфронтации работников с работодателем. Компании необходимо предпринять действенные меры для обеспечения согласования интересов.
3. Эмерджентный эффект меньше нуля ($\mathcal{E}_{эм} < 0$). Элементы системы игнорируют общественные цели ради достижения своих локальных интересов. Под угрозой находится основная ценность управления, а именно: выживание компании как организации.

С эмерджентным эффектом связаны интересы мотивационной системы самоконтроллинга и разработка стратегии компании. С его помощью можно вычислить новый показатель «эмерджентный капитал» для оценки деятельности компании.

Расчет эмерджентного эффекта на условном примере приводится в табл. 1.

Мы предполагаем, что производство избытка: прибыли, эмерджентного эффекта управляется созданием сколько структурного избытка, столько и структурного

недостатка. Рост экономической сферы компании как целого нивелирует эту систематическую неравновесность прежде всего в области распределения управленческой ответственности среди внутренних и внешних участников компаний. Самоконтролинг предполагает избыточность на уровне коммуникаций, решений, информации среднего и низшего уровня принятия управленческих решений за счет инфраструктурной и институциональной компонент при структурном недостатке принятия высоких стратегических, творческих решений. Учет системного (эмерджентного) эффекта проблематизирует изучение влияния мотивационных, институциональных, инфраструктурных эмерджентных факторов самоконтроллинга на экономические показатели компании.

Таблица 1

РАСЧЕТ ЭМЕРДЖЕНТНОГО ЭФФЕКТА НА УСЛОВНОМ ПРИМЕРЕ

Показатели	Варианты		
	1	2	3
1. Выручка V , млн. руб. в год	300	300	300
2. Переменные затраты Φ_1 , млн. руб.	132	152	172
3. Постоянные затраты Φ_2 , млн. руб.	88	88	88
4. Прибыль $П$, млн. руб.	80	60	40
4а. Рентабельность $П / V$, доли ед.	0,27	0,20	0,13
5. Годовой банковский процент r , доли ед.	0,1	0,1	0,1
6. Отдача переменных затрат $П\Phi_1 = r * \Phi_1$, млн. руб. в год	13,2	15,2	17,2
7. Доля в прибыли $П\Phi_1 * 100 / П$, %	16,5	25	43
6. Отдача постоянных затрат $П\Phi_2 = r * \Phi_2$, млн. руб. в год	8,8	8,8	8,8
7. Доля в прибыли $П\Phi_2 * 100 / П$, %	11	14,7	22
8. Эмерджентный эффект $\mathcal{E}_{эм} = П - П\Phi_1 - П\Phi_2$	58	36	14
8а. Доля в прибыли $\mathcal{E}_{эм} * 100 / П$, %	72,5	60	35
9. Эмерджентный капитал $\mathcal{E}_к = (\mathcal{E}_{эм} / r)$, млн. руб.	725	600	350

2. ЭМЕРДЖЕНТНЫЕ СВОЙСТВА (ИНТЕРЕСЫ) МОТИВАЦИОННОЙ ПОДСИСТЕМЫ САМОКОНТРОЛЛИНГА

Проблема эмерджентности в самоконтроллинге возникает из дихотомии индивидуального и коллективного. Постмодернистский взгляд предполагает утрату социальности целого как инстанции эмерджентности, а субъект представляет только человеческий материал, где разыгрывается стратегия знака, симулякра, кода.

Анализ отношений производства и потребления Бодрийар осуществляет на уровне знака – философского конструкта, представляющего принцип действия социально-экономической логики, задающей модель поведения субъектов в экономике, который можно применить и к анализу экономики компаний. Мир товаров-знаков устраивается как возможность реализации индивидуальной стратегии отличаться [2, 5]. Поэтому товар обладает не только меновой и потребительной стоимостью, но и меновой стоимостью знака – различительной стоимостью. Товары производятся не с целью удовлетворять потребности индивидов, как мифологизирует экономическая теория, а чтобы организовать новый виток стоимости, поскольку потребляются не товары, а вся система культуры как знаковая структура. Потребление товара организуется как чтение текста в целостной системе товаров-знаков, поэтому товары взаимодействуют по принципу так называемой

фиолетовой коровы, создающей целостный культурный образ (например, солярий сосуществует со стоматологическим кабинетом в потреблении культуры белых зубов на фоне загорелого тела). В акте потребления товар не потребляется, уничтожаясь, а «потребляется» с определенным коэффициентом «потребительности» (отличия). Самореализация индивида, которая чисто этимологически объясняет стратегию субъекта «обращать себя» как капитал, мобилизуется как управляемая потребительная сила, поэтому проблема согласования интересов производства и потребления как институтов не органична, так как потребление конструирует идеального потребителя, право и участь которого бесконечно потреблять предметы, смыслы, произведения как знаки культуры.

Единственной прерогативой человека потребляющего остается получать удовольствие от того, что за него принимают решение. Такой текст произносит героиня Р. Литвиновой в фильме К. Муратовой «Мелодия для шарманки» – великолепной киноинтерпретации бодрийаровского концепта стоимости. Запрограммированность мелодии шарманки – это кинообраз кода – стоимости. Фильм повествует о скитаниях брата и сестры в обезличенном мегаполисе, где «толпы людей как толпы звезд» словно математические элементы / денежные знаки взаимоуничтожаются друг на друга. В путешествии, которое совершают дети в поисках отца, узнаваемы все homo-ecopomicus Бодрийара (интеллигенция, предприниматели, нищие, игроманы, преступники), а также пункты актуализации стоимости (аукцион, казино). Очень объемно представлен в фильме пристальный объект анализа Бодрийара – торговый центр, где гектары изобилия «подмигивают» о наступлении рая на земле, формируя позитивный настрой человеческого бытия, который распространяется дальше в сферу безучастного потребления впечатлений, людей, идей. Такому обществу-супермаркету питательны как структурные излишества, так и недостатки (изобилие разных типов на фоне «голодного спазма»). Все места отмечены игрой стоимости как кодом, все участники сосредото-

чены на индивидуальной прибавочной стоимости удовольствия, и в этих условиях равнодушная частная судьба героев фильма известна.

Т.е. институт потребления призван не удовлетворять индивидуальную потребность, а создавать систему коммуникации индивидов, вещей и стоимостей, а радикальная проблема производства и потребления состоит в дифференцированном доступе к порядку понимания (элитарного образования), красоты (стиля, искусства) и поступка (управления, решения).

В отличие от института потребления, который производит и воспроизводит человека как homo-ecopomicus, потребительную стоимость, означаемое, символический обмен как социальный акт, социальное отношение требует от субъекта предъявить стратегию самоосуществления. Это радикальное требование лишь сублимировано в стоимости, товаре, статусе, должности и т.д. [2]. В условиях компании меновая стоимость субъекта коммуницирует с потребительной стоимостью разделения труда и удовлетворения отличием. Самореализация, состоящая в том, чтобы «быть признанным в своем исполнении другими – подтвердить свое бытие как событие» для Другого [10], в этих рамках фрагментарна, поскольку возможна только как обмен стоимостью знака. Позитивность функциональности человека, скрывая логику меновой стоимости знака, уничтожает амбивалентность товара, труда, времени.

Положительный эмерджентный эффект как избыточность образуется из символических действий в компании, которые «накапливаясь, и питают собой различные виды экономики, управляющие нашей жизнью» [3]. Производство этой избыточности может быть интерпретировано как действие меновой стоимости знака, извлечение стоимости из различения. Рост экономической сферы компании управляется принципом неравновесности, дифференциации внутри самой системы. В табл. 2 наметим диспозицию меновой / потребительной стоимости знака для компании / ее бизнес-единицы.

Таблица 2

СИМПТОМЫ ЭМЕРДЖЕНТНОСТИ В УСЛОВИЯХ САМОКОНТРОЛЛИНГА (ЗНАЧЕНИЯ УСЛОВНЫ)

Показатели	Управляющие		Управляемые		В целом по компании
	Топовые должности	Средний менеджмент	Служащие	Рабочие	
Кол-во человек, чел.	10	30	300	1 000	1 340
Доля в численности работающих, %	1	2	22	75	100
Сумма доходов в отчетном году, руб.	8 000 000	4 500 000	22 500 000	50 000 000	85 000 000
Доля в общей сумме в отчетном году, %	9	5	26	59	100
Сумма доходов в базисном году, руб.	7272727	3 461 538	17 307 692	38 461 538	66 503 495
Доля в общей сумме в базисном году, %	11	5	26	58	100
Средние доходы на 1 работающего, руб.	800000	150 000	75 000	50 000	63 433
Доля в средних доходах по компании, %	1261	236	118	79	-
Темп прироста доходов всего, %	10	30	30	30	28
Темп прироста доходов в среднем на 1 работающего, %	1	1	0,1	0,03	0,02
Абсолютное значение 1 % прироста доходов всего, руб.	72727	34615	173077	384615	665035
Абсолютное значение 1 % прироста доходов на одного работающего, руб.	7 273	1154	577	385	496
Средний возраст, годы	45	33	30	30	30
Расходы, инвестированные в образование 1 чел., руб.	15 000 000	1 000 000	300 000	100 000	16 400 000
Структура распределения расходов, %	91	6	2	1	100
Время, инвестированное в образование 1 чел., годы	33	22	16	14	85
Структура распределения времени, %	39	26	19	16	100
Отношения времени на образование к среднему возрасту, %	73	67	53	47	-
Уровень самоактуализации, например, по шкале компетентности во времени (мотивационность), баллы	16	13	5	7	14

В текущих условиях структура распределения власти, доходов в компании в настоящее время управляется стратегией различения по человеческому капиталу, возможностью приобретения / производства эксклюзивного знания. Поэтому соотношения экономической власти (потребительной стоимости знака), человеческого капитала (меновая стоимость знака), относящиеся к компании как целостности и показывающие структуру отношений между индивидами правомерно отнести к ее эмерджентным характеристикам [12]. Из табл. 2 можно видеть, что структурная неравновесность как эмерджентная характеристика пролегалает не столько по темпу роста в разрезе социальной дифференциации, сколько по абсолютному значению одного процента прироста доходов.

В экономике эквивалентности время, как и капитал, наделяется позитивностью, хотя оно принципиально не припасуемо. В этом смысле симптоматичным будет использование теста самоактуализации для выяснения вопроса о том, как складываются отношения участников компании, разделенных социальной дифференциацией, со временем, временем амбивалентным – сугубо биографичным. Интересно также проследить связь показателей самоактуализации с эмерджентным эффектом компании / ее структурной единицей. Тест предлагает комплексный конструкт для исследования самоактуализации [15]. Использование среднего уровня как «средней температуры по больнице» не противоречит исследовательской задаче выявления эмерджентных характеристик, поскольку экстремальные значения показателя могут отражать определенное состояние проблемы. Можно предполагать, что, при «прочих равных», эмерджентный эффект в компаниях создается за счет того, что индивиды согласны на определенную участь и высокий уровень самоактуализации указывает на идентичность интересов субъекта интересам целого.

3. ЭМЕРДЖЕНТНЫЕ СВОЙСТВА (ИНТЕРЕСЫ) ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ ПОДСИСТЕМЫ САМОКОНТРОЛЛИНГА

Институты самоконтроллинга обладают эмерджентными свойствами в том отношении, что они, созданные индивидами, ограничивают его волю. Формы децентрализации, демократизации в компаниях, рассматриваемые как позитивность, должны наблюдаться как действие знака, которые ничего принципиально не изменяют и действуют как сателлит меновой стоимости разделения труда, устанавливая молекулярный контроль. За счет функций контроллинга субъект эффективнее интегрируется в систему целей и решений компании. Таким образом, эмерджентные характеристики в институциональной подсистеме подразумевают оценку функций контроллинга [13] (табл. 3).

Таблица 3

ПОЛНАЯ ШКАЛА ХАРРИНГТОНА

Качественная оценка параметра	Количественное значение
Отсутствие выраженности	0
Очень слабая выраженность	0,1
Слабая выраженность	0,285
Средняя выраженность	0,5
Более средней, но не сильная выраженность	0,715
Сильная выраженность	0,9
Очень сильная выраженность	1

Для решения этой задачи целесообразно воспользоваться методом экспертных оценок, формализовав полученные результаты с помощью шкалы Харрингтона [7].

Диагностика функций контроллинга, содержание которых обосновано в статье [13], может быть реализована в следующей анкете.

- Методическая (инновационная, концептуальная) функция:
 - наличие научно-методического подразделения;
 - количество инноваций в сфере учета, бюджетирования, анализа;
 - наличие утвержденных методик по анализу;
 - наличие эффективных методик планирования;
 - участие в разработке системы планирования;
 - ориентированность учета на клиента (target-costing);
 - обоснованность распределения косвенных затрат, расчет затрат на процесс (process-costing);
 - ориентированность бюджета на клиента, продукт, главный процесс.
- Координирующая (коммуникационная) функция:
 - наличие организационной структуры, обеспечивающей интегрированность всех структур и участников в деле реализации общей цели;
 - многоаспектная дифференциация затрат (прямые / косвенные, переменные / постоянные, управляемые / неуправляемые);
 - наличие учетной системы по Международным стандартам финансовой отчетности;
 - возможность прозрачного расчета маржинального дохода на продукт, клиента, центр финансовой ответственности, управленческое решение;
 - ясность цели, бюджета и их согласованность с целевым показателем всей компании и другими участниками высших и низовых уровней;
 - наличие трансфертных цен для расчетов между подразделениями;
 - достижимость плановых показателей;
 - наличие бюджетированного баланса, бюджета прибылей и убытков, бюджета движения денежных средств;
 - соответствие полномочий по принятию решений ответственности за бюджет;
 - согласованность личных и корпоративных целей;
 - согласованность индивидуальных действий со стратегией, индивидуальных бюджетов и показателей со стратегией;
 - интенсивность обмена данными в процессе бюджетирования;
 - наличие специального комитета по бюджетированию;
 - включенность целевых показателей в цепочку создания стоимости (понимание влияния на экономическую добавленную стоимость);
 - использование относительных показателей, дерева показателей для совершенствования бюджета;
 - взаимная мотивация, возможность влиять на вознаграждение сотрудников других подразделений.
- Аккумулирующая функция:
 - доступность управленческой отчетности;
 - готовность передавать информацию другим отделам;
 - понятность, уместность управленческой отчетности для принятия управленческих решений;
 - детализация информации;
 - оперативность предоставления информации;
 - участие в регистрации и анализе информации;
 - прозрачность управленческой информации для определения индивидуальной ответственности;
 - наличие бэнчмаркинга;
 - открытость информации для инвесторов, клиентов, поставщиков, сотрудников;
 - наличие показателя по приросту стоимости бизнеса;
 - наличие стратегических нефинансовых показателей (удовлетворенность клиентов, сотрудников, поставщиков);
 - регулирующая (навигационная);

- возможность проведения анализа отклонений по достижению цели на рабочем месте;
- наличие планового показателя, сопоставимого с фактическим (степень соответствия бюджетных показателей данным учета);
- участие в регулировании отклонений;
- реализация факторного анализа отклонений (наличие данных о ключевых факторах влияющих на отклонения);
- наличие ожидаемых отклонений;
- возможность пересчета затрат в зависимости от загрузки;
- систематичность, частота проведения анализа отклонений;
- проведение корректирующих мероприятий по выявленным отклонениям центров ответственности, наличие рекомендаций в отчетах по выявленным отклонениям;
- наличие границ толерантных отклонений-триггеров, за которыми должна следовать выработка рекомендаций.
- Консультационная (модерация) функция:
 - количество обращений по проведению специализированного анализа для обоснования управленческих решений;
 - методологическая компетенция по проведению самоанализа;
 - наличие контроллинга инвестиций, финансового состояния;
 - востребованность анализа затрат по жизненному циклу продукта, анализ по процессам, target-costing;
 - обучение персонала методам проведения анализа.

Эмерджентность компании состоит в отсутствии противоречивости ее цели при наличии противоречивости интересов ее участников. Институты самоконтроллинга задают структурную тотальность, в определенной мере нейтрализуют противоречивость интересов участников компании и этим эмерджентны, при этом в конечном счете они актуализируются через индивидуальное. Поскольку качество реализации определенных функций контроллинга неоднородно в пределах компании (в центрах прибыли может быть выше, чем в сервисных центрах), то целесообразно данную оценку проводить в разрезе структурных подразделений путем опроса их руководителей.

Комплексная оценка качества институциональной подсистемы – институциональности самоконтроллинга Y определяется на основе среднего геометрического [11] по следующей формуле:

$$Y = \sqrt[m]{\prod_{i=1}^m d_i}, \quad (4)$$

где

m – число сравниваемых показателей качества самоконтроллинга;

$d_i (i = 1, 2, \dots, n)$ – значение частного отклика.

Оценку институциональности можно давать и отдельной функции. Далее оценки экспертов обобщаются и находится их среднее арифметическое [7] как оценка качества институтов всей компании.

4. ЭМЕРДЖЕНТНЫЕ СВОЙСТВА (ИНТЕРЕСЫ) ИНФРАСТРУКТУРНОЙ ПОДСИСТЕМЫ САМОКОНТРОЛЛИНГА

Существенным свойством самоконтроллинга является эффективность взаимодействия. Управление real time, рост коммуникации управляемых и управляющих образуют управляемую интеграцию субъектов. Современный тип коммуникации, распределенный на меновую стои-

мость (форму сообщения) и потребительную стоимость (содержание сообщения), категорически отрицает возможность ответа. В типе коммуникации передатчик (медиатор) – сообщение – приемник отсутствует взаимность, ответ. Манипуляции с передатчиками и получателями, как и освобождение содержания сообщения / потребительной стоимости товара действуют в интересах этого же кода. Кибернетическая обратная связь управления противоестественна амбивалентности, она осуществляет децентрализованный контроль без противоречия и конфликта, ответственности передатчика и приемника. Потребителю товаров, статусов, информации свойственна эта невзаимность: удел потребителя – принимать и не иметь возможности отдать [2].

Сфера эмерджентных характеристик инфраструктурной подсистемы самоконтроллинга может быть описана следующим образом.

- Методическая (инновационная, концептуальная) функция:
 - единая информационная система учета и бюджетирования (*MRP, MRPII, ERP*);
 - ориентированность информационной системы на события;
 - время сотрудников на устранении неполадок в ИТ-системе;
 - ориентированность информационной системы на стратегию.
- Координирующая (коммуникационная) функция:
 - наличие электронного документооборота;
 - наличие автоматизированных обратных связей с внутренними/внешними клиентами;
 - наличие автоматизированной системы бюджетирования – согласования целей;
 - бюджетирование в режиме реального времени;
 - скорость получения/передачи информации;
 - наличие корпоративной социальной сети.
- Аккумулирующая функция:
 - наличие data warehouse (хранилище данных);
 - дублирование при регистрации информации;
 - дифференциация доступа к информации;
 - система отчетности онлайн;
 - доступ заинтересованных пользователей к информации компании через Интернет;
 - сжатость, релевантность информации.
- Регулирующая (навигационная) функция:
 - визуализация отчетности (графики, рисунки);
 - автоматизация факторного анализа отклонений;
 - сопоставимость плановой и фактической информации в информационной системе;
 - система раннего обнаружения рисков.
- Консультационная (модерация) функция:
 - объем базы знаний (data-mining);
 - база рекомендаций;
 - число внедренных рацпредложений;
 - наличие интерактивной поддержки со стороны контроллинга.

Комплексная оценка качества инфраструктурной подсистемы – инфраструктурности самоконтроллинга Z определяется на основе среднего геометрического по следующей формуле:

$$Z = \sqrt[m]{\prod_{i=1}^m d_i}, \quad (5)$$

где

m – число сравниваемых показателей качества самоконтроллинга,

$d_i (i=1, 2, \dots, n)$ – значение частного отклика.

Если инфраструктурная составляющая самоконтроллинга характеризуется высокой оценкой, то можно предполагать возрастание идентификации субъектов с

интересами стоимости и рост эффективности институциональной составляющей самоконтроллинга.

5. КОРРЕЛЯЦИОННАЯ СВЯЗЬ МЕЖДУ ХАРАКТЕРИСТИКАМИ

В исследовании эмерджентных свойств самоконтроллинга предполагается идти не от классических причинно-следственных связей, а корреляционных. Соотношение между мотивационной, институциональной, инфраструктурной сферами самоконтроллинга можно описать только во взаимодействии.

При достаточной степени самоактуализации индивидов возможно выполнение институциональных рамок, то есть человеческое питает структуры или, если человек совпадает со своими институциональными задачами, он актуализируется в пределах институциональной реальности. В контексте нашего исследования мы ставим задачу прояснить, в какой степени институты контроллинга в компаниях соответствуют развитию самоконтроллинга, насколько интересы целого интегрированы в сферу частного при выполнении функций контроллинга. В этом смысле институциональность самоконтроллинга нейтрализует субъекта, лишая его ответственности, власти, причастности порядку поступка. Если субъект актуализирован в систему институтов самоконтроллинга, то это может быть интерпретировано как полное совпадение интересов частного порядку целого – стоимости.

Через X выразим уровень самоактуализации (мотивационности по структурному подразделению);

через Y – институциональность;

через Z – инфраструктурность. Далее найдем средние значения X, Y, Z :

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}; \quad (6)$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y}{n}; \quad (7)$$

$$\bar{Z} = \frac{\sum Z}{n}, \quad (8)$$

где n – количество сравниваемых подразделений.

Затем находим отклонения от средних значений по шкале X, Y, Z :

$$t_x = X - \bar{X}; \quad (9)$$

$$t_y = Y - \bar{Y}; \quad (10)$$

$$t_z = Z - \bar{Z}. \quad (11)$$

Коэффициенты корреляции r_1, r_2, r_3 , показывающие степень синергичности между мотивационными и институциональными, мотивационными и инфраструктурными, институциональными и инфраструктурными характеристиками самоконтроллинга соответственно, определяются следующим образом:

$$r_1 = \frac{\sum t_x * t_y}{n}; \quad (12)$$

$$r_2 = \frac{\sum t_x * t_z}{n}; \quad (13)$$

$$r_3 = \frac{\sum t_y * t_z}{n}. \quad (14)$$

Целесообразно также выявлять корреляционные отношения между эмерджентными свойствами подсистем самоконтроллинга и эмерджентным эффектом структурных единиц компании в том случае, если в компании действуют центры прибыли, для которых можно рассчитать данный показатель. Но поскольку в данной ситуации имеют дело с показателями, измеряемыми в разных единицах (эмерджентные характеристики описываются в баллах, а эмерджентный эффект в денежных единицах), то для корректного корреляционного анализа необходимо рассчитывать средние квадратические отклонения для исследуемых показателей [14].

ВЫВОДЫ

Если использовать аргументацию философии постструктурализма, то между желаниями и стоимостью, производителями и потребителями действует тотальная согласованность, поскольку любая экономика возможна, если она реализуется как наноэкономика. Институты потребления и производства вещей, смыслов, статусов зеркальны друг другу, так как производятся и потребляются не товары, а текст в системе культуры. Массовое общество позволяет сублимированно превратить индивидуальную стратегию самореализации в пределах институтов труда / потребления через неисчерпаемую игру культурных образов, питая этим экономику избыточности, основывающуюся на быстрой оборачиваемости субъекта, необратимости его желания быть признанным.

Конфликт интересов экономических агентов: производителей и потребителей, собственников и топ-менеджмента, управляющих и управляемых необходим в качестве объективного запаса реальности экономической логики, который дифференцирует аспекты социальной реальности, питаясь ее противоречиями как потребительной стоимостью. Дискурс проблемы согласования интересов экономических агентов скрывает радикальный конфликт не столько в плоскости распределения стоимости, сколько причастности порядку поступка, решения, ответственности, участия, власти.

Самоконтроллинг как практика демократизации в компаниях реализует задачи социального заказа по предельной интеграции сотрудников, клиентов, которая возможна скорее за счет усиления институциональной и инфраструктурной составляющих контроллинга, чем реального включения в принятие стратегических управленческих решений. Самоконтроллинг актуализируется при интенсивном умножении дискурсов: менеджмента, управленческого учета, кибернетики и их институционализации. В этих условиях субъект конструируется как «homo-self-controllius» прежде всего в интересах самой системы.

Логика стоимости, которая для отдельной компании выражается в прибыли, эмерджентном эффекте, воспроизводится на мотивационном, институциональном, инфраструктурном уровнях самоконтроллинга при синергичном влиянии друг на друга. В статье мы попытались охарактеризовать эмерджентные свойства и симптомы элементов самоконтроллинга и соотносить их друг с другом. Воспроизводство интересов стоимости в компании происходит на уровне индивидуальной мотивации, управляемой в компании как экономической системе законом стоимости как структурой. Рост экономической сферы воспроизводится за счет структурного избытка (развития самоконтроллинга как формы самоактуализации для низшего, среднего уровня управления) и недостатка (дифференциации доступа к элитарным видам деятельности). Изучение самоактуализации субъектов в контексте институциональной и инфраструктурной реальностей предполагает обнаружить связь с эмерджентным эффектом компании. Только при достаточной степени самоактуализации субъектов, синергии институтов и инфраструктуры контроллинга субъективные интересы включаются в логику роста стоимости, а контроллинг воплощает свой изначальный замысел о самоконтроллинге.

Литература

1. Бодрийар Ж. Забыть Фуко [Текст] / Ж. Бодрийар. – СПб. : Владимир Даль, 2000. – 96 с.
2. Бодрийар Ж. К критике политической экономии знака [Текст] / Ж. Бодрийар. – М. : Академический проект, 2007. – 335 с.
3. Бодрийар Ж. Символический обмен и смерть [Текст] / Ж. Бодрийар. – М. : Добросвет, 2000. – 387 с.
4. Бодрийар Ж. Система вещей [Текст] / Ж. Бодрийар. – М. : Рудомино, 2001. – 224 с.
5. Бодрийар Ж. Общество потребления. Его мифы и структура [Текст] / Ж. Бодрийар. – М. : Республика ; Культурная революция, 2006. – 269 с.
6. Большаков Н. Самоконтроллинг в наноэкономике: методические основания системной концепции [Текст] / Н. Большаков, Ж. Уляшева // Проблемы теории и практики управления. – 2009. – №1.
7. Бухонова С. Оценка эффективности и моделирование интеграционных подходов к активизации инновационной деятельности предприятия [Текст] / С. Бухонова, Ю. Дорошенко // Экономический анализ: теория и практика. – 2007. – №9.
8. Вумек Д. Бережливое потребление [Текст] / Д. Вумек, Д. Джонс // Harvard Business Review – Россия. – 2005. – Май.
9. Годин С. Фиолетовая корова [Текст] / С. Годин. – М. : РОСМЭН-ПРЕСС, 2004. – 192 с.
10. Завьялов Б. Тема человека в современной философии [Электронный ресурс] / Б. Завьялов. URL: <http://www.kfkgmarz.ru/Gisn/zavialov/sovr.html> (дата обращения: 03.01.2011).
11. Крахмалева А. Методика оценки качества автомобилей [Текст] / А. Крахмалева, Х. Фасхийев // Маркетинг в России и за рубежом. – 2004. – №5.
12. Култыгин В. Концепция социального обмена в современной социологии [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ecsocman.edu.ru/text/16432731/> (дата обращения: 03.01.2011).
13. Уляшева Ж. Контроллинг в компании: методические проблемы [Текст] / Ж. Уляшева // Проблемы теории и практики управления. – 2008. – №8.
14. Чернов В. Экономический анализ: торговля, общественное питание, туристический бизнес [Текст] / В. Чернов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 686 с.
15. Шостром Э. Тест самоактуализации (CAT) [Электронный ресурс] / Э. Шостром. URL: <http://psylist.net/praktikum/00116.htm> (дата обращения: 03.01.2011).
16. Geels F. From sectoral dystem of innovation to socio-technical systems // Research policy. 2004. Vol. 33. №6/7.

Ключевые слова

Методология синергизма; эмерджентность; эмерджентный эффект самоконтроллинга; саморазвитие; постструктурализм.

Уляшева Жанна Валерьевна

РЕЦЕНЗИЯ

Актуальность темы. Статья посвящена важной проблеме системного менеджмента, связанного с исследованием методов эффективного использования экономических агентов, создающих новый дополнительный системный ресурс в виде синергетических эффектов. В связи с указанным возрастает актуальность исследования новейших, характеризующихся разной степенью самоорганизации, форм самоконтроллинга; их формирования, функционирования и создания основ и критериев их устойчивого саморазвития. Рецензируемая работа представляет оригинальное научное исследование.

Научная новизна. Анализ эмерджентных свойств самоконтроллинга предпринят на основе постмодернистской парадигмы исследования. В условиях действия закона стоимости, субъекты предельно изолированы друг от друга, их отношение к себе и другому устроено по принципу стоимости. В результате субъекты не встречаются со своими потребностями, их взаимодействия неподлинны, а самореализация проблематична. В статье используется конструкт знака, предложенный философом и социологом Ж. Бодрийаром с точки зрения обнаружения «симптомов» эмерджентного эффекта системы самоконтроллинга и характеристики эмерджентных свойств его подсистем. Практическая значимость связана с предложением новых методов выявления, исследования и использования в практике управления некоторых фундаментальных свойств внутренней организации самоконтроллинга в

экономике. Стиль изложения хороший, не требует правки. Таблицы достаточно информативны. Рисунки не перегружены информацией и не повторяют содержание таблиц.

Общее заключение. Статья актуальна, представляет равноуровневое исследование, обладает научной и практической новизной, в ней представлен философский и экономический состав проблемы, рекомендуется для печати.

Большаков Н.М., д.э.н., профессор кафедры менеджмента и маркетинга Сыктывкарского лесного института

9.8. ANALYSIS OF EMERGENT PROPERTIES OF SELF-CONTROLLING UNDER COORDINATED INTERESTS OF PRODUCERS AND CONSUMERS

J.V. Ulyasheva, Assistant Professor

Syktvyvkar State University

The post-structuralistic view on the issue of coordinating the interests of producers and consumers under self-controlling conditions focuses on the level of a single individual. The interests of production and consumption are coordinated in the individual's nano-economic reality through the effect of the symbol encoding individual behavior according to the logic of value. This addressing this issue assumes potential relationship of emergent properties of self-controlling and the emergent effect of business as integrity.

Literature

1. Baudrillard, Jean. Forget Foucault. Saint Petersburg, Vladimir Dahl, 2000, 96 p.
2. Baudrillard, Jean. For a Critique of the Political Economy of the Sign. Moscow, Akademicheskiiy proekt, 2007, 335 p.
3. Baudrillard, Jean. Symbolic Exchange and Death. Moscow, Dobrosvet, 2000, 387 p.
4. Baudrillard, Jean. System of Objects. Moscow, Rudomino, 2001, 224 p.
5. Baudrillard, Jean. Consumer Society. Its Myths and Structure. Moscow, Respublika; Cultural Revolution, 2006, 269 p.
6. N. Bolshakov, J. Ulyasheva. Self-Controlling in Nanoeconomy: Methodical Foundations of Systemic Concept // Theoretical and Practical Management Problems, 2009, Iss. 1.
7. S. Bukhonova, J. Doroshenko. Performance Evaluation and Modeling of Integration Approaches to Promotion of Enterprise Innovation Activity // Economic Analysis: Theory and Practice, 2007, Iss. 9.
8. J. Womack, D. Jones. Lean Consumption // Harvard Business Review Russia, 2005, May issue.
9. S. Godin. Purple Cow. Moscow, LLC ROSMAN-PRESS Publishing House, 2004, 192 p.
10. B. Zavyalov. Topic of Human Being in Modern Philosophy // Department of Humanities and Social Science [website]. URL: <http://www.kfkgmarz.ru/Gisn/zavialov/sovr.html> (visited on Jan 3, 2001).
11. A. Krakhmaleva, K. Faskhiev. Methods of Vehicle Quality Evaluation // Marketing in Russia and Abroad, 2004, Iss. 5.
12. V. Kultygin. Concept of Social Exchange in Modern Sociology // Sociological Studies: blog. URL: <http://www.ecsocman.edu.ru/text/16432731/> (visited on Jan 3, 2011).
13. J. Ulyasheva. Controlling in a Company: Methodical Problems // Theoretical and Practical Management Problems, 2008, Iss. 8.
14. V. Chernov. Economic Analysis: Trade, Catering, Travel Business. Moscow, UNITY-DANA, 2003, 686 p.
15. E. Shostrom. Personal Orientation Inventory (POI) // Psylist.net [website]. URL: <http://psylist.net/praktikum/00116.htm> (visited on Jan 3, 2011).

16. F. Geels. From Sectoral System of Innovation to Socio-Technical Systems // Research Policy, 2004, v. 33, Iss. 6/7.

Keywords

Synergism methodology; emergent property; emergent effect of self-controlling; self-development; post-structuralism.