

ОЦЕНКА ЗНАНИЙ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СИСТЕМЫ КАК ВАЖНЕЙШЕГО ИСТОЧНИКА ЕЁ ПОТЕНЦИАЛА

Карпенко Е.М., д.э.н.

Белорусский государственный университет

emkarpenko@mail.ru

Карпенко В.М., к.т.н.

Белорусский государственный аграрный технический

университет

vmkarpenko422@yandex.by

Оценка совокупности всех знаний производственной системы (ПС) в качестве источников потенциала может опираться на использование двух подходов: а) индуктивного, предполагающего построение обобщенных оценочных характеристик путем интеграции оценочных параметров каждого из компонентов общего поля знаний ПС; б) дедуктивного, предполагающего выявление роли каждой из составляющих общего поля знаний ПС в рамках исходно получаемой обобщенной его характеристики.

Использование индуктивного подхода достаточно проблематично, в силу следующих причин: а) некоторые из выделенных блоков знаний достаточно трудно оценить в их исходной форме; б) получение дифференцированных оценок всех компонентов, включаемых в поле знаний ПС крайне трудоемко; в) интеграция оценок отдельных блоков затруднена вследствие качественного различия исходных методологических основ [1].

Полноценная характеристика совокупности знаний ПС как основы ее способностей, должна опираться на использование дедуктивного подхода. Необходимым представляется выделение определенного базового

оценочного принципа, позволяющего реализовывать первый этап предложенного алгоритма – получать интегральную оценку всей совокупности знаний ПС. В качестве подобного принципа может выступать использование стоимостного подхода к оценке.

Поскольку отдельные компоненты поля знаний ПС принципиально могут быть оценены непосредственно, т.е. с минимальными искажениями своей качественной сущности, то стоимостной подход не должен рассматриваться в качестве единственно возможной оценочной базы и может быть дополнен другими подходами.

Поскольку индивидуальные необъективированные знания персонала управленческих подсистем в реальности имеют особое значение и поскольку они могут с достаточной степенью полноты быть оценены непосредственно, то в рамках общего исследования потенциала ПС данный тип знаний выделяется в отдельную факторную группу и оценивается на основе собственного методологического подхода.

Стоимостное направление в оценке знаний ПС (их интеллектуального капитала) в рамках существующих на сегодняшний день экономических исследований теоретического и прикладного характера, фактически представлено совокупностью различных методологических подходов к оценке нематериальных активов предприятий. Под нематериальными активами (НМА) понимается стоимость долгосрочных имущественных прав, идентифицированных в виде конкретных объектов бухгалтерского учета и обеспечивающих своим владельцам определенный доход или иную пользу. При этом структура НМА интегрирует три компонента: а) стоимость исключительных прав, вытекающих из объектов интеллектуальной собственности ПС (ОИС) (т.е. исключительных прав на защищаемые

законом результаты интеллектуальной деятельности); б) стоимость исключительных прав, вытекающих из привилегий, которыми обладает ПС; в) стоимость деловой репутации («гудвила») ПС.

Определено, что при отождествлении интеллектуального капитала (совокупности знаний) ПС с ее НМА в стандартном их понимании, фактически неизбежной является недооценка реального уровня реляционных возможностей, присущих данной ПС. Причиной этого является тот факт, что очень большая часть знаний, которыми в реальности располагает ПС, не может быть патентно защищена и переведена в разряд ее ОИС [2].

Предпосылками, на которых базируется методология оценки объективированных знаний ПС, являются:

1. Оценка знаний должна базироваться на дедуктивном подходе, предполагающем первоначальное получение интегральной оценки всей совокупности знаний и последующую детализацию данной оценки путем ее структурирования и выявления отдельных структурных компонентов.

2. Получение интегральной оценки знаний ПС необходимо реализовывать методом «большого котла», входящего в рамки доходного подхода к оценке НМА.

3. Необходимая для использования в рамках метода «большого котла» оценка стоимости предприятия (бизнеса) должна быть получена на основе использования доходного подхода.

4. В целях обеспечения большей точности и достоверности оценок стоимости предприятия, расчет искомой величины должен базироваться на использовании трех базовых методов доходного подхода и получении обобщенной оценки в форме средней арифметической взвешенной.

5. Детализация обобщенной оценки совокупности знаний должна быть реализована путем выделения из ее структуры стоимостной оценки человеческих ресурсов.

Оценка необъективированных знаний управленческого персонала ПС. Индивидуальные необъективированные знания работников управленческих подсистем ПС играют специфическую и весьма важную роль в качестве одного из источников реляционной формы его возможностей. В этой связи, возникает очевидная необходимость их оценки и учета в качестве отдельного фактора достигаемых ПС результатов [1].

В силу специфики самого рассматриваемого феномена (в частности, его неотчуждаемости, нематериальной сущности и неразрывной связанности с личностными характеристиками конкретных индивидов) и специфики целей настоящего исследования (заключающейся в характеристике объектов, задействованных в процессах функционирования ПС, в качестве источников возможностей последних), более обоснованным для осуществления оценки представляется применение не традиционных экономических инструментов (в частности, стоимостного подхода), а специфической методологии, основывающейся на методах психосемантики. В качестве важнейших параметров, характеризующих уровень знаний человека в той или иной предметной области действительности, а, следовательно – и уровень возможностей его деятельности в данной области, выступают следующие две характеристики: глубина детализированности поля знаний; уровень структурированности, иерархичности, взаимной связи отдельных блоков поля знаний.

В силу указанных моментов, предлагаемая методика оценки необъективированных знаний управленческого персонала ПС базируется на непосредственном

исследовании двух выделенных параметров путем проведения индивидуальных тестовых оценок и последующей систематизации и обобщении получаемых частных результатов.

Укрупненная последовательность базовых этапов методологического подхода к оценке необъективированных знаний управленческого персонала ПС может быть выражена следующим образом: 1) составляется схема алгоритма реализации базовой функции (функций) данной подсистемы, состоящего из ключевых укрупненных блоков; 2) по каждому блоку строится дерево целей и методов их достижения (методов реализации подфункций); 3) строится общее дерево знаний по предметной области функциональной подсистемы; 4) по каждому блоку полученного дерева определяется содержание ключевых понятий и методов действий и составляются тесты на диагностику знания этих характеристик; 5) для каждой пары смежных уровней иерархии дерева знаний составляются тесты на диагностику знания структурной взаимосвязи; 6) определяется уровень детализированности знаний отдельных работников функциональной подсистемы; 7) определяется уровень структурирования знаний отдельных работников функциональной подсистемы; 8) определяется общий уровень знаний отдельных работников функциональной подсистемы; 9) определяется общий уровень знаний всего персонала функциональной подсистемы.

Разработанная методика прямой оценки уровня необъективированных знаний управленческого персонала ПС, в отличие от известных методик, основывается на положениях психосемантики и позволяет оценивать две базовые характеристики уровня знаний: глубину их детализированности и уровень структурной связанности.

Это дает возможность существенно повысить качество оценки поля знаний ПС за счет учета наряду с объективированными знаниями индивидуальных знаний работников.

Список использованной литературы

1. Карпенко, Е.М. Методика оценки знаний производственной системы как источников ее потенциала / Е.М. Карпенко, В.М. Карпенко // Економічний вісник університету: зб. наук. праць.– 2013. – Выпуск № 20/2 – С. 62 – 67.
2. Карпенко, Е.М. Оценка интеллектуальных ресурсов предприятия / Е.М. Карпенко // Маркетинг. Реклама и сбыт. – 2003. – №5 (17). – С. 28.