

Оперативный уровень реализации проектов заключается в корректировке плановых показателей в зависимости от изменения конъюнктуры внешних факторов, что в целом может влиять на планирование интегрального коэффициента синергии ОМСЗ. При необходимости могут происходить оперативные корректирующие действия с целью выполнения плановых показателей интегрального коэффициента синергии ОМСЗ. На основании результатов оперативной оценки разрабатываются мероприятия по управлению устойчивым развитием ЯЭЗ, представленной в уровневой модели.

Анализ показателей уровневой модели ЯЭЗ проводится на завершающем этапе, на основании которого при необходимости разрабатываются корректирующие мероприятия, которые предполагают: а) управленческие решения по оптимизации проекта и организаций, входящих в структуру ОМСЗ; б) непрерывность поиска новых проектов, образующих ОМСЗ и ротация проектов, не способствующих устойчивому расширению ОМСЗ; в) прекращение реализации проекта в случае его не перспективности с точки зрения повышения интегрального коэффициента синергии ОМСЗ. В свою очередь ответственность за реализацию аналитического этапа возлагается на структурное подразделение по управлению устойчивым развитием ЯЭЗ в технопарках.

**Заключение.** В процессе модернизации национальной экономики точками роста могут выступать несколько отраслей с наибольшим потенциалом, формирующие ядра тесно взаимодействующих предприятий и организаций различных видов экономической деятельности. В последствии такие ядра в точках роста генерируют мультипликативный эффект, за счет которого экономика начинает быстро и гармонично развиваться, охватывая смежные отрасли и формируя области межотраслевой синергии знаний. Устойчивое развитие ядра экономики знаний будет способствовать становлению шестого технологического уклада за счет увеличения областей межотраслевой синергии знаний, куда будут входить не только организации разных отраслей, но и технопарковые и территориальные структуры с особым экономическим статусом. Для эффективного формирования экономики знаний разработана трехуровневая управленческая модель реализации научной концепции ее ядра. Обоснованы индикаторы межотраслевой синергии знаний на основе системы показателей, позволяющие оценить устойчивость развития ЯЭЗ в целом и эффективность деятельности технопарковых структур в частности.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Харитонович, С.А. Модель экономики знаний на постиндустриальном этапе развития общества / С.А. Харитонович // Труд, профсоюзы, общество. – 2019. - №1. – С. 37-42.
2. Данильченко, А.В., Харитонович, С.А. Методология оценки уровня развития ядра экономики знаний в условиях модернизации белорусской экономики / А.В. Данильченко, С.А. Харитонович // Международная и межрегиональная интеграция в условиях пандемии: экономические, социокультурные и правовые проблемы: сб. науч. ст. / VIII Всероссийской научно-практической онлайн-конференции с международным участием 25 июня 2020 года. / [редкол.: С.И. Ашмарина, А.В. Павлова (отв. ред.) и др.]. - Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2020. -. – С. 52-58.
3. Харитонович, С.А. Формирование институтов и ядра экономики знаний на постиндустриальном этапе развития Республики Беларусь / С.А. Харитонович // Экономика, моделирование, прогнозирование : сб. науч. тр. / Ред. коллегия: М.К. Кравцов (гл.ред.) [и др.]. – Минск: НИЭИ Мин-ва экономики Республики Беларусь, 2019. – С. 79-85.
4. Данильченко, А.В., Харитонович, С.А. Университет 3.0 как центральное звено в экономике знаний на постиндустриальном этапе развития / А.В. Данильченко, С.А. Харитонович // Беларусско-Кубинский научно-практический семинар: сб. науч. материалов / Технологические парки как платформы для развития предпринимательства и создания инновационной экономики. Министерство образования Республики Беларусь, Белорусский национальный технический университет, Научно-технологический парк БНТУ «Политехник». Минск, 2019. С. 3-5.
5. Данильченко, А.В., Харитонович, С.А. Когнитивизация национальной экономики как фактор устойчивого социально-экономического развития / А.В. Данильченко, С.А. Харитонович, Т.Н. Синявская // Международная и межрегиональная интеграция в условиях пандемии: экономические, социокультурные и правовые проблемы: сб. науч. ст. / VIII Всероссийской научно-практической онлайн-конференции с международным участием 25 июня 2020 года. / [редкол.: С.И. Ашмарина, А.В. Павлова (отв. ред.) и др.]. - Самара: Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2020. -. – С. 59-65.
6. Данильченко, А.В., Харитонович, С.А. Проблемы формирования белорусской экономики знаний в условиях ускоренной модернизации / А.В. Данильченко, С.А. Харитонович // Цифрова трансформація фінансового сектора економіки : зб. тез доповідей за матеріалами V Міжнародної наук.-практ. Інтернет-конф., 09-10 квітня 2020 р. – Одеса: ОНЕУ, 2020. – С.39-42

УДК 330

#### РАЗВИТИЕ ОБЛАСТЕЙ МЕЖОТРАСЛЕВОЙ СИНЕРГИИ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ

*С. А. Харитонович, П. О. Данилович, ФММП БНТУ, г.Минск*

*Резюме – инновации, человеческий капитал способствуют скорейшему становлению экономики знаний на постиндустриальном этапе развития страны.*

*Ключевые слова: экономика знаний, четвертая индустриальная революция, инновационный продукт, область синергии, конкуренция.*

**Введение.** Экономисты рассматривают знания как один из видов ресурсов, который используется людьми в их работе и повседневной жизни. Как ресурс, знание обладает всеми свойствами продукта: его можно генерировать, обрабатывать, хранить, продавать и покупать.

Появление понятия «экономика знаний» связано с распространением концепции постиндустриального общества, которая подразумевает, что основные ресурсы развитых стран в настоящее время задействованы в наукоемком секторе экономики. Знания и наукоемкие проекты становятся одним из важнейших продуктов общественного производства, а современная экономика становится зависимой от успешно реализуемых в ней знаний.

**Основная часть.** Формирующиеся институты экономики знаний представляют собой систему устойчивых экономических и партнёрских отношений между субъектами интеллектуальной деятельности:

- организации, которые генерируют и внедряют знания. Например, университеты, научно-исследовательские организации, инновационные и венчурные компании, кластеры и технопарки и т.д.;

- механизмы саморегулирования и институциональные инициативы (неформальные нормы, ценности, отраслевые и корпоративные стандарты и др.), что способствует увеличению рынка инновационной продукции. В наше время потребители выбирают более новые и высокотехнологичные продукты. И в это же время новый продукт на рынке испытывает меньшее давление со стороны конкурентов. В данной связи разработать продукт быстрее конкурентов означает вывести его на рынок раньше их и получить возможность захватить определенный сегмент рынка;

- институты (возможность более креативного умственного труда, поддержание профессий высокой квалификации, а также наукоемких отраслей). Увеличение объёма инженерных знаний и углубление в специализацию инженерных и научных кадров. Последние десятилетия наука и техника стремительно развивались, и основали обширную и всестороннюю информационную основу. В наше время, в условиях четвёртой индустриальной революции, без владения полученной информацией на высоком уровне создание настоящего инновационного продукта практически невозможно. Также стоит углублять специализации инженеров и научных деятелей, потому что количество информации увеличивается, постоянно создаётся и открывается что-то новое, и в это же время усиливается её сегментация.

Таким образом, согласованные действия лежат в основе создания инноваций, которые в свою очередь представляют собой новое качественное знание, технологию, продукт, услугу, метод организации процессов и т.д., ранее не применявшиеся на практике. При этом речь идет исключительно о синергии знаний и технологий.

Развитая отраслевая конкуренция наряду с формированием ядра экономики знаний за счет наложения смежных взаимодействующих отраслей, дающих синергетический эффект от межотраслевого взаимодействия способствует развитию конкурентного преимущества страны на мировых рынках. Совокупность конкурентных преимуществ отрасли формируется в процессе её становления. Первоначально, как правило, формируется единичный благоприятный фактор, который служит началом развития отрасли или отраслевого направления. Затем появляются и формируются новые конкурентные преимущества, что приводит к развитию внутреннего потенциала отрасли и расширению ядра экономики знаний.

Первоначальное преимущественное обладание специализированными знаниями способствует зарождению конкурентоспособного на внешнем рынке продукта (услуги), предшествующего возникновению новой отрасли в экономике страны, отличающейся высокой зависимостью от знаний. Научные изыскания учреждений высшего образования являются основой для формирования и освоения новых технологий, входящих в ядро экономики знаний. Возникновение и развитие областей синергии в формировании ядра экономики знаний связано с родственными отраслями, входящими в тесную научную и производственную взаимосвязь. Предприятия, входящие в область синергии, участвуют в формировании ядра экономики знаний с последующим развитием передовых технологий и появлением новых наукоемких производств, реализующих продукцию нового технологического уклада.

Параметры спроса могут являться одним из основных факторов развития ядра экономики знаний. Внутренний спрос может формировать точки роста определенных направлений в различных отраслях, причём они могут дополнять друг друга и приводить к новым инновационным продуктам для отрасли или сферы услуг. Формирующие точки роста в дальнейшем могут формировать ядро экономики знаний для отрасли и экономики страны в целом. Для успешного становления экономики знаний и его ядра необходима конкуренция на местном или внешнем рынках. Соперничество позволяет усиливать точки роста, которые формируют инновации в отрасли.

Эволюция ядра экономики знаний ведет к зарождению новых зон синергии и, соответственно, к расширению или созданию нового ядра экономики знаний или точек роста, которые в итоге могут сформироваться в новый продукт или отрасль, способную создать ключевую технологию. Таким образом, зоны синергии экономики знаний дают импульс, выходящий за привычные отраслевые рамки, и служат мощной силой экономического развития.

В формировании ядра экономики знаний должна присутствовать как межотраслевая диффузия знаний, технологий, так и межотраслевая конкуренция, не позволяющая замкнуться ядру и превратиться в закрытую систему. В случае потери инновационной конкурентоспособности одной или несколькими отраслями,

входящими в ядро экономики знаний, может наблюдаться распад всего ядра. Отрасли, имеющие наибольшую конкуренцию и участвующие в глобальных процессах, в дальнейшем смогут стать платформой для развития новых точек промышленного роста и избежать «эффекта домино».

**Заключение.** Таким образом, можно выделить ряд факторов влияющих на формирование ядра экономики знаний: инновационность процессов: в научно-техническом направлении, в менеджменте организации, в финансово-экономических составляющих; в формировании человеческого капитала, способного реализовывать сложные, нестандартные как технические, так и управленческие задачи; способность отраслей, входящих в ядро экономики знаний, в кратчайшие сроки внедрять и реализовывать сложные наукоёмкие проекты.

Проведенный анализ свидетельствует о том, что экономика знаний в значительной степени развивается вокруг больших массивов данных и интернета, что предполагает формирование институтов экономики знаний, между которыми согласованные партнёрские отношения будут способствовать развитию зон межотраслевой синергии знаний и технологий. И в то же время это влечёт за собой колоссальные изменения расстановки сил внутри классических экономических отраслей, использующих принципы устаревших технико-технологических укладов, и как следствие приведёт к потере конкурентоспособности подобных отраслей.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Библиотека диссертаций [Электронный ресурс] // . – Режим доступа: <http://www.dslib.net/econom-teoria/institucionalnye-struktury-jekonomiki-osnovannoj-na-znaniyah.html>. – Дата доступа: 10.02.2021.

2. Данильченко, А.В., Харитонович, С.А. Экономика знаний в контексте постиндустриального развития Республики Беларусь / А.В. Данильченко, С.А. Харитонович // Новости науки и технологий. – 2019. – № 1. – С. 8-15.

3. Харитонович, С.А. Модель экономики знаний на постиндустриальном этапе развития общества / С.А. Харитонович // Труд профсоюзов общества – 2019. – №1. – С. 37-42.

4. Данильченко, А.В., Харитонович, С.А. Методология оценки уровня развития ядра экономики знаний в условиях модернизации белорусской экономики / А.В. Данильченко, С.А. Харитонович // Международная и межрегиональная интеграция в условиях пандемии: экономические, социокультурные и правовые проблемы: сб. науч. ст. / VIII Всероссийской научно-практической онлайн-конференции с международным участием 25 июня 2020 года. / [редкол.: С.И.Ашмарина, А.В. Павлова (отв. ред.) и др.]. – Самара: Изд-во Самар. гос. экон.ун-та, 2020. – С. 52-58.

5. Данилович П.О., Харитонович, С.А. Тенденции развития инновационной структуры Республики Беларусь / П.О. Данилович, С.А. Харитонович // Беларусско-Кубинский научно-практический семинар: сб. науч. материалов / Технологические парки как платформы для развития предпринимательства и создания инновационной экономики. Министерство образования Республики Беларусь, Белорусский национальный технический университет, Научно-технологический парк БНТУ «Политехник». Минск, 2019. С. 16-18.

**УДК 657.2(9)**

#### **УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ РЫНОЧНЫХ АКТИВОВ, ФОРМИРУЕМЫХ МАРКЕТИНГОМ**

*канд. экон. наук, доцент **Е. В. Щемелева**, Академия управления при Президенте Республики Беларусь,  
**Н. И. Шумская**, ФММП БНТУ, г. Минск*

*Резюме – одной из причин уязвимости маркетинга является сложившаяся практика занижения величины созданных им рыночных активов в финансовой отчетности организации. При этом, ответственность маркетологов за результаты предпринимательской деятельности наступает по результатам анализа именно этой отчетности. Предлагался подход к организации системы маркетингового учета, отражающей рыночные активы с использованием комплексного набора маркетинговых счетов. Элементами методологии учета являются оценочные модели и профессиональные суждения маркетологов. Выполнена сравнительная характеристика бухгалтерской и маркетинговой учетных систем. Представлены этапы проведения контроля учетного процесса на маркетинговых счетах.*

*Ключевые слова: рыночные активы, маркетинговый учет, профессиональные суждения, оценочное допущение, контроль.*

**Введение.** Маркетинг – не только «комплексная система организации производства и сбыта продукции, ориентированная на ... получение прибыли ... с помощью маркетинговых программ» [1, с.136], но и реальный инструмент приращения стоимости бизнеса. В эмпирических исследованиях маркетинговой результативности среди прочего выделяют направление изучения маркетинговых активов как фактора стоимости компании [2, с.28], действующей как на рынке B2B, так и B2C. Вместе с тем, национальная система бухгалтерского учета, ввиду действия принципа осмотрительности [3], не отражает действительную стоимость рыночных активов, созданных маркетингом. В качестве способа решения проблемы повышения достоверности рыночной оценки активов, формируемых маркетингом, нами предлагается использование внутренней системы маркетингового учета и отчетности, ключевым элементом которой выступают маркетинговые счета [4].

**Основная часть.** Маркетинговые счета – это внутренние отчеты, являющиеся вспомогательным механизмом содействия принятию решений в области маркетинговой деятельности. Они содержат оценки рыночных активов,