

мощности; внедрение на предприятие безотходных и малоотходных технологий; повышение компетентности работников; целесообразное использование сырья и материалов; работа одной командой единомышленников; сокращение штата (людей, которые не выполняют норму) [2].

Важнейшим этапом оценки и повышения производительности труда является анализ, который помогает определить эффективность использования предприятием трудовых ресурсов и рабочего времени. Увеличение объёма производства продукции, быстрые темпы развития производства, повышение эффективности производства в Республике Беларусь возможно только при использовании на предприятиях основных (решающих) направлений производительности труда. Тем самым сократится время выполнения заказов клиентов, экономия материальных затрат, снижение себестоимости продукции [3].

**Заключение.** Таким образом можно заключить, что рост производительности труда позволит наращивать объёмы производства, снижать себестоимость выпускаемой продукции или выполняемых работ, создавать все необходимые условия для будущего развития экономики страны.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Пути повышения производительности труда [Электронный документ]. – Режим доступа: <https://up-pro.ru/encyclopedia/povyshenie-proizvoditelnosti/>. – Дата доступа: 16.04.2023.
2. Повышение производительности труда: способы, методы и пути решения [Электронный документ]. – Режим доступа: <https://sales-generator.ru/blog/povyshenie-proizvoditelnosti-truda/>. – Дата доступа: 17.04.2023.
3. Червяков, А. В. «60 % производительности труда в Беларуси обеспечено за счет технологического обновления» [Электронный документ]. – Режим доступа: <https://www.belta.by/economics/view/chervjakov-60-proizvoditelnosti-truda-v-belarusi-obespecheno-za-schet-tehnologicheskogo-obnovlenija-5507-20-2023/>. – Дата доступа: 17.04.2023.

УДК 338.224

#### ИННОВАЦИОННЫЕ БИЗНЕС-МОДЕЛИ

*Ю. М. Козинец, студент группы 10507222 ФММП БНТУ,  
научный руководитель – старший преподаватель А. В. Смёткина*

*Резюме – в статье описываются инновационные бизнес-модели, их цели, структура и этапы создания. Также рассматривается теория голубых океанов.*

*Resume – this article describes innovative business models, their objectives, structure and stages of creation. The theory of blue oceans is also discussed.*

**Введение.** В наше время бизнес – это самая актуальная сфера, так как люди стремятся к лучшей жизни. Придумать бизнес идею не так уж и

просто, поэтому люди всегда находятся в активном поиске своей уникальности. Другими словами, они ищут свою бизнес-модель.

**Основная часть.** Бизнес-модель – это концепция менеджмента, которая обосновывает создание, обеспечение и увеличение ценности организации. Они создаются на разных уровнях: для определённого продукта, для отдельного предприятия или для ряда предприятий.

С развитием технологий появляется потребность в инновационных бизнес-моделях, так как необходимо повышать конкурентоспособность. В своих книгах Майкл Портер заявляет, что необходимо делать анализ развития в пяти отраслях: в рыночной власти потребителей, в угрозах появления новых игроков, в угрозах появления продуктов-заменителей, в рыночной власти поставщиков, в уровне конкурентной борьбы [1]. Эту стратегию называют теорией Портера, но есть более достоверная стратегия, разработанная Кимом и Моборном в начале 2005 года и немного противоречащая вышеназванной теории. Это стратегия «голубого океана», которая гласит, что весь рынок делится на голубые и алые океаны. Голубые – это неизведанные участки рынка, которые на грани появления, а алые – уже существующие, главной задачей которых является главенство над соперниками для того, чтобы увеличить спрос, тем самым уменьшив его у конкурентов. Количество алых океанов увеличивается и внутри них начинают развиваться голубые, которые приносят прибыль и дают возможность предпринимателям расти. Голубые океаны – это и есть инновационные бизнес-модели [2]. Но многие компании сталкиваются с рядом проблем:

1. Застывание в одной фазе развития компании: люди вспоминают прошлые победы и достижения и стопорят изменения. Люди не видят причин что-то менять, так как находятся в удобном положении: получают заработную плату и выполняют только необходимую работу.

2. Необходимость менять мышление на категории новых, инновационных бизнес-моделей с категории технологий.

3. Недостаток инструментов самой системы, которые способствуют творческому развитию и новому мышлению.

Процесс разработки инновационной бизнес-модели следующий. Для начала необходимо определиться с местом отправления, а также разработать направление, в котором компания будет двигаться, согласно новой модели. Так как бизнес-модель подразумевает систему взаимоотношений, всегда необходимо учитывать лиц, которые заинтересованы и которые участвуют в данной модели.

Чтобы построить успешную инновационную бизнес-модель, необходимо ответить на различные вопросы к четырём сферам:

1. Клиенты (Кто наши клиенты? Какие взаимоотношения мы с ними поддерживаем? Какие клиенты являются для нас самыми важными? Откуда к нам приходят клиенты? Что в нашей компании оказывает на клиентов сильнейшее впечатление?).

2. Ценностное предложение (Что мы представляем нашим клиентам? Какова польза для клиента от нашей деятельности? Удовлетворяем ли мы потребности наших клиентов?).

3. Цепочка создания стоимости (Что нам необходимо для работы? Достаточно ли у нас знаний? Как партнеры связаны с развитием нашего бизнеса?).

4. Экономическая эффективность (Что влияет на генерацию прибыли? Какие существуют риски в финансовой сфере при действующей модели?) [3].

Цикл создания новой бизнес-модели состоит из трёх шагов: проектирования – генерирование идей; создания прототипа; тестирования прототипа [4].

**Заключение.** От инновационной бизнес-модели зависит положение компании на рынке, так как инновации помогают сделать организацию уникальной, закрепить её позицию на рынке и увеличить прибыль. Разработав правильную инновационную бизнес-модель, можно создать «голубой океан».

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Портер, М. Конкурентное преимущество / М. Портер – Кембридж: Гарвардская школа бизнеса, 1995. – 592 с.
2. Ким, Ч. Стратегия голубого океана / Ч. Ким, Р. Моборн – Сан-Франциско: Европейский институт управления бизнесом, 2005. – 336 с.
3. Госсман, О. Бизнес-модели. 55 лучших шаблонов / О. Гассман, К. Шик – Швейцария: Университет Святого Галлена, 2016. – 314 с.
4. Остервальдер, А. Построение бизнес-моделей / А. Остервальдер, И. Пинье – Швейцария: Университет Святого Галлена, 2010. – 405 с.

УДК 338.27

#### **ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ БЕЛАРУСИ**

*К. Ю. Колеченок, студент группы 10507222 ФММП БНТУ,  
научный руководитель – старший преподаватель А. В. Сметкина*

*Резюме – в статье описываются проблемы формирования инновационной экономики и некоторые направления их решения.*

*Resume – the article describes the problems of the formation of an innovative economy and some of their solutions.*

**Введение.** Сегодня инновационная экономика – это приоритетное направление в Беларуси. Это подтверждает Программа социально-экономического развития на 2021–2025 гг., в которой говорится о том, что планируется обеспечение социальной стабильности и роста благосостояния граждан за счет прогрессивной экономики, будет наращиваться социальный капитал, будут обеспечены комфортные условия для жизни, работы и самореализации народа. Построение подобной модели является большим прорывом. Для этого в республике есть важная составляющая – высокий