

дня решить, готовы ли они добровольно отказаться от 500 млн долларов США выручки, и подумать, как эти потери скажутся на курсовой стоимости их акций и на доходах. Инновации для всех компаний и стран, без ограничений, являются инструментом роста. Сегодня инновации не ограничены рамками только высокотехнологичных отраслей или границами развитых стран. Современные методы инновационного развития взяты на вооружение компаниями всех отраслей по всему миру.

Это повсеместное возрождение инноваций не может не оказать влияния на то, каким образом компании планируют свое будущее. «Руководителям бизнеса необходимо осознать, что в их собственной отрасли и повсюду в мире уже работают новаторы-первопроходцы, – говорит Роб Шелтон (Rob Shelton), руководитель международной практики PwC по вопросам инновационной стратегии, – и если они не встанут в один ряд с этими первопроходцами, то им нужно быть готовыми ответить на вызов, брошенный конкурентами». Однако всегда есть возможность поучиться у наиболее инновационных компаний. «Так как инновации не ограничены небольшим кругом отраслей или стран, то любая компания всегда найдет, чему поучиться, что можно позаимствовать, адаптировать с учетом собственных потребностей и заставить работать себе напользу», – отмечает Роб Шелтон.

Любой бизнес может извлечь немало пользы из опыта инновационных компаний, адаптировав его к особенностям своего рынка.

Подводя итоги данной статьи, отметим, что способность обеспечивать быстрый рост выручки, усиление конкурентных преимуществ, повышение уровня удовлетворенности клиентов и снижение затрат – главные выгоды от внедрения инноваций.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Официальный сайт компании «PwC» «Раскрытие потенциала инноваций» // Unleashing the power of innovation. [Электронный ресурс]. URL: [http://www.pwc.com/en\\_GX/gx/consulting-services/innovation/assets/pwc-unleashingthe-power-of-innovation.pdf](http://www.pwc.com/en_GX/gx/consulting-services/innovation/assets/pwc-unleashingthe-power-of-innovation.pdf) (дата обращения: 18.08.2018).
2. Отчеты компаний, Bloomberg, Google Finance. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bloomberg.com/view/topics/finance> (дата обращения: 15.08.2018).

### **СТРАТЕГИИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ КОМПАНИЙ КАК СПОСОБ ПРЕОДОЛЕНИЯ РИСКОВ КОМПАНИИ**

**Е. В. Коротковская, Ф. М. Смолов**

*Саратовский государственный университет, Россия*  
E-mail: korotkovskaya@yandex.ru, smolovfm@mail.ru

В статье рассказывается об основных трудностях, связанных с инновационной дея-

тельностью внутри компании, после чего рассматриваются вопросы, связанные с разработкой и внедрением инновационной стратегии и соответствующей операционной модели. Представлены рекомендации относительно методов, обеспечивающих успешное внедрение инновационных решений и реализацию заложенных в них выгод.

## **STRATEGIES OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF COMPANIES AS A METHOD OF OVERCOMING A COMPANY'S RISK**

**E. V. Korotkovskaya, F. M. Smolov**

The article describes the main difficulties associated with the innovation activity within the company, after which it discusses issues related to the development and implementation of the innovation strategy and the corresponding operating model. Recommendations are provided for methods that ensure the successful implementation of innovative solutions and the realization of their benefits.

Инновационная деятельность внутри компании всегда сопряжена с различного рода трудностями. Рассмотрим основные из них и определим барьеры на пути инноваций. Подобная аналитическая работа позволит разработать стратегии инновационного развития и преодолеть риски. Анализ мнения руководителей передовых компаний со всего мира позволил выделить две сложные задачи, которые должны решить компании при настройке процесса управления инновациями. Во-первых, 54% компаний стремятся обеспечить возможность быстрого вывода на рынок инновационных идей. Во-вторых, 53% стремятся найти и удержать в компании высококвалифицированных специалистов, готовых реализовать эти инновационные идеи.

В числе других, не менее актуальных проблем выделили следующие: формирование в компании инновационной культуры, поиск партнеров для сотрудничества и создание системы целевых показателей, а также механизмов измерения, позволяющих точно оценить эффект от реализованных инноваций.

Большинство трудностей рождается из-за использования традиционных методов управления инновациями. Существующие операционные модели и система показателей эффективности не позволяют обеспечить быстрое продвижение нововведений.

Иногда прорывные или революционные инновации требуют от компаний отказа от привычных подходов, бизнес-процессов или даже от собственных продуктов или услуг. «Большинство организаций не стремятся испытать “боль” – напротив, они стараются ее избежать, – говорит Крис Уосден (Chris Wasden), руководитель международной консультационной практики PwC по вопросам инноваций в сфере здравоохранения. – Сталкиваясь с революционной инновационной идеей и видя, что она ломает привычные и наработанные методы, руководители подразделений компании пытаются заблокировать ее». Для того чтобы изменить такой менталитет, нужна убежденность и твердая решимость идти по пути инновационного развития.

Теперь рассмотрим вопросы, связанные с разработкой и внедрением ин-

новационной стратегии и соответствующей операционной модели. В распоряжении компаний имеется Руководство по успешному управлению инновационной деятельностью, разработанное специалистами PwC. Оно поможет руководителям компаний построить оптимальную управленческую модель, обеспечивающую максимальный рост бизнеса в результате внедрения инноваций [1]. Руководство охватывает все аспекты – от разработки инновационной стратегии до воплощения инновационных идей на практике в строгом соответствии с установленными правилами.

В Руководстве по успешному управлению инновационной деятельностью рекомендуется инновационный процесс представить в упрощенном виде. Цель Руководства по управлению инновационной деятельностью – представить процесс создания инноваций в виде базовых элементов, избегая чрезмерного усложнения. Такой подход позволяет удостовериться в том, что все важные элементы процесса создания инноваций учтены и что открывающиеся при этом инновационные возможности будут тесно увязаны с корпоративной стратегией и целевыми финансовыми результатами бизнеса.

Руководители начинают задавать себе трудные вопросы о своих компаниях (о работающих в них высококвалифицированных специалистах, руководстве, культуре, действующих процессах и системе показателей эффективности), чтобы определить, способствуют ли все эти элементы эффективной инновационной деятельности или же являются препятствием для инноваций.

При этом важно получить ответы на эти вопросы достаточно быстро. Скорость реакции компании на внешние изменения – важный фактор ее рыночного успеха. Игроки, медленно адаптирующиеся к изменяющимся условиям, либо столкнутся с резким снижением темпов роста, либо войдут в процесс стагнации.

Рассмотрим цели бизнеса и цели инновационного развития. Компании из быстроразвивающихся стран важно не только решать текущие операционные задачи, но и сокращать технологическое и рыночное отставание от конкурентов из стран с развитой экономикой. Проблема опережающего роста – одна из самых актуальных для компаний из быстроразвивающихся стран, не исключение здесь и Россия.

Согласно аналитическим данным, 73% руководителей российских компаний в ближайшие пять лет рассчитывают на агрессивный или умеренный рост их бизнеса, при этом они рассматривают инновации в качестве важного инструмента обеспечения такого роста. Для развитых стран Европы этот показатель чуть ниже – 68%. Компании должны уметь привязывать инновационную деятельность к четким целям, вытекающим из стратегии бизнеса. Чтобы точнее определить задачи создания инноваций следует оценить состояние рынка или клиентов.

Чтобы точнее определить взаимосвязь корпоративной стратегии и инновационного процесса, компаниям следует придерживаться четырехэтапного плана. Компании следует в равной степени сосредоточиться как на разработке инновационной стратегии, вытекающей из целей бизнеса, так и на ее реализации. Для решения поставленной задачи важно убедиться в том, что инноваци-

онная стратегия полностью соответствует корпоративной и что выбранная операционная модель оптимально подходит для достижения уставленных ключевых показателей эффективности (КПЭ) в области инноваций.

82% компаний по всему миру, указавших, что имеют четко сформулированную инновационную стратегию, успешно внедряют ее. Для реализации поставленных целей компаниям необходимо разрабатывать стратегию инновационного развития. Наличие стратегии инновационного развития оказывает прямое влияние на успех реализации инноваций. Более трети (37%) из 1757 компаний считают, что у них нет четко сформулированной инновационной стратегии. Неудивительно, что в этой связи об успешной реализации разработанной стратегии говорят всего 64% компаний. Большинство российских компаний (63%), а также их зарубежных конкурентов, отмечают, что имеют инновационную стратегию, однако только 17% руководителей российских компаний безоговорочно соглашаются с тем, что инновационная стратегия в их компаниях четко определена. Чем больше число компаний, разработавших собственную стратегию инновационного развития, тем большее количество руководителей заявляют об успешном ее воплощении в жизнь [2].

Исследования свидетельствуют о наличии тесной взаимосвязи между четко сформулированной инновационной стратегией и возможностью обеспечить ее успешную реализацию на практике. Чтобы разработать успешную инновационную стратегию, руководители компании должны задать себе три фундаментальных вопроса:

- В каком объеме компании необходимы инновации? Крупные инвестиции в инновационное развитие быстро истощат ресурсы, а слишком ограниченные инвестиции могут привести к упущенным возможностям для роста.

- Каким должно быть соотношение улучшающих, прорывных и революционных инноваций в портфеле компании? Какие виды инноваций обеспечат достижение заявленных целей бизнеса?

- На каких направлениях необходимо сосредоточить усилия по инновационному развитию: продукты, услуги, технологии, системы и процессы, цепочка поставок, качество клиентского сервиса или бизнес-модель? Важно определить именно те приоритетные области инноваций, которые позволят оказать реальное влияние на темпы роста бизнеса, и направить на них имеющиеся ресурсы. В условиях ограниченных ресурсов концентрация усилий на приоритетных направлениях – важнейшее условие успешной реализации стратегии инновационного развития. Стремление сделать все сразу и инвестировать во все подряд – верный способ упустить важные возможности.

Компании должны определить, какую инновационную стратегию они будут применять – наступательную («играть, чтобы выиграть») или оборонительную

(«играть, чтобы не проиграть»). Оборонительная стратегия («играть, чтобы не проиграть») поможет компании не оказаться застигнутой врасплох конкурентами. Она подходит для организаций, которые избегают рисков или не имеют возможностей для достижения и удержания лидерских позиций в сфере инноваций. В некоторых конкурентных средах такая стратегия приносит свои

плоды: консервативная политика позволяет избежать повышенных рисков.

Цель наступательной стратегии («играть, чтобы выиграть») – через инновации занять лидирующее положение на рынке. Именно такой подход применяют в своей деятельности 20% самых инновационных компаний. Их усилия сконцентрированы на выборе и внедрении наиболее эффективной операционной модели, которая обеспечит повышенные темпы роста и развития бизнеса благодаря поступательному движению по кривой инноваций.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Официальный сайт компании «PwC» «Раскрытие потенциала инноваций» // Unleashing the power of innovation. [Электронный ресурс]. URL: [http://www.pwc.com/en\\_GX/gx/consulting-services/innovation/assets/pwc-unleashingthe-power-of-innovation.pdf](http://www.pwc.com/en_GX/gx/consulting-services/innovation/assets/pwc-unleashingthe-power-of-innovation.pdf) (дата обращения: 13.08.2018).

2. Официальный сайт российской венчурной компании (государственный фонд фондов и институт развития венчурного рынка Российской Федерации). [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rvc.ru/analytics/> (дата обращения: 25.08.2018).

## **РАЗРАБОТКА WEB-ИНТЕРФЕЙСА ДЛЯ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ФУНКЦИОНАЛЬНОГО ЯЗЫКА ПРОГРАММИРОВАНИЯ HASKELL**

**С. В. Лю**

*Саратовский государственный университет, Россия*

E-mail: [lyusv@info.sgu.ru](mailto:lyusv@info.sgu.ru)

В статье содержится описание создания Web-интерфейса для интернет-магазина на языке программирования Haskell. Основные задачи которой – создание БД и взаимодействие СУБД с языком программирования Haskell, в следствии чего создается HTML-страница, а так же построение диаграммы прецедентов для выявления потребностей пользователей: кто будет пользоваться и что будет получать, а также описание запросов.

В первом разделе рассматриваются технологии, использованные в работе, в частности язык моделирования UML, структурированный язык запросов SQL, язык программирования Haskell, PHP-формы и теория БД.

Во втором разделе описывается процесс разработки ИС, с помощью диаграмм прецедентов, языка UML проводится анализ функций возможной системы выявления потенциальных пользователей. На основе выявления проведенного анализа разрабатывается БД.

В третьем разделе создается сайт при взаимодействии Haskell и SQL.

## **DEVELOPMENT OF WEB-INTERFACE FOR ONLINE-STORE USING HASKELL**

**S. V. Lyu**

In the article describes the creation of a web-interface for an online-store in Haskell programming language. The main tasks of which – creation Database and interaction DBMS with