



Рис. 2. Уровень сбалансированности страховых взносов и выплат ПФР трудовой пенсии по старости на общих основаниях для различных вариантов управляющих воздействий на параметры актуарного базиса

Проведенный анализ результатов расчетов позволяет сделать вывод о неэффективности действующей системы обязательного пенсионного страхования РФ, а также определить комплекс управляющих воздействий на параметры актуарного базиса, сокращающих дефицит средств ПФР, необходимых для исполнения обязательств по выплате страховой части трудовой пенсии по старости на общих основаниях в долгосрочном периоде.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Симоненко В. Н. Сценарий моделирования пенсионной системы в разрезе современного состояния экономики // Вестник ТОГУ. 2010. № 4 (19). С. 145-152.
2. Захаров И. Н. Современная практика актуарного оценивания пенсионной системы Российской Федерации // Российское предпринимательство. 2011. № 3. С. 18-24.
3. Дегтярь Л. С. Мировой опыт пенсионных реформ и реформирование пенсионной системы в России // Аналитический вестник Совета Федерации ФС РФ. 2002. № 33 (189). С. 40-71.
4. Хольцман Р. Обеспеченная старость в XXI веке: пенсионные системы и реформы в международной перспективе / Р. Хольцман. Вашингтон. Всемирный банк, 2001. 28 с.

СТРАТЕГИИ КОМПАНИЙ-ЛИДЕРОВ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

Е. В. Коротковская

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

В статье анализируются стратегии, которые отличают компании инновационных лидеров от компаний-конкурентов. Представлена практика и методы, помогающие компаниям-лидерам в области инноваций получать высокие результаты деятельности и снижать свои риски.

STRATEGIES OF LEADING COMPANIES INNOVATIVE DEVELOPMENT

E. V. Korotkovskaya

The article analyzes the strategies that distinguish innovative leaders from competing companies. The practice and methods that help leading companies in the field of innovation to obtain high performance and reduce their risks are presented.

В статье мы уделим внимание тому, что отличает инновационных лидеров от компаний-конкурентов. Руководителям компаний, стремящимся усовершенствовать свои инновационные возможности, необходимо четко понимать, какая практика и какие методы действительно дают желаемый результат, а что совсем не работает.

Компании-лидеры в области инноваций характеризуются следующими обстоятельствами:

- осуществляют целенаправленную инновационную деятельность;
- имеют четкую стратегию инновационного развития;
- рассматривают управление инновациями как важную функцию бизнеса и имеют четко структурированный инновационный процесс;
- применяют широкий диапазон операционных моделей инновационного развития;
- направляют усилия на увеличение доли прорывных и революционных инноваций;
- планируют использовать более широкий диапазон инновационных бизнес-моделей;
- активнее сотрудничают с другими участниками рынка;
- имеют в структуре выручки более высокую долю доходов от реализации новых продуктов, чем менее инновационные компании.

Важно подчеркнуть то, что лидеры в области инноваций синхронизируют свои бизнес-цели с инновационной деятельностью: они осуществляют ее целенаправленно. Ведущие новаторы стремятся синхронизировать инновационную практику со стратегией и целевыми результатами своего бизнеса. Например, Пол Кенмир (Paul Kenmir), директор по производству компании Global Life Europe, входящей в страховую группу Zurich Life, считает так: «Когда речь идет об инновациях, мне нужно что-то такое, что помогло бы генерировать больше доходов за определенную сумму расходов, что-то такое, что позволило бы нам действовать более эффективно и результативно на наших целевых рынках, или что-то такое, что обеспечило бы нам выход на те рынки, к которым мы не могли подступиться, используя существующие подходы».

Кроме того, компании-лидеры инновационного развития особое внимание уделяют созданию стратегии инновационной деятельности как инструмента достижения стратегических целей бизнеса: инновационная деятельность должна осуществляться с четкими целями, а не ради процесса как такового. Лидеры в области инноваций имеют четкую стратегию инновационного развития. Руко-

водители западных инновационных компаний-лидеров признают важность создания сбалансированной и согласованной стратегии инновационного развития: 79% наиболее инновационных компаний разработали у себя такие стратегии. Для сравнения: лишь 47% из числа наименее инновационных компаний имеют комплексные стратегии инновационного развития. Однако все руководители компаний соглашаются с тем, что наличие четкой инновационной стратегии имеет первостепенное значение, и в отсутствие такой стратегии едва ли можно вообще говорить об успешном инновационном развитии.

В России 27% ведущих руководителей компаний считают разработку действенной инновационной стратегии своей приоритетной задачей на ближайшее время; еще 38% указывают на важность формирования эффективной операционной модели управления инновационным развитием – начиная от генерации идей и заканчивая коммерциализацией созданных технологий.

В европейских странах, где уже во многих компаниях сложилась системная модель управления инновациями, большинство зарубежных руководителей (34%) отмечают, что сегодня они сосредоточены на эффективном внедрении и реализации уже сформированной стратегии и операционной модели инноваций. У 79% наиболее инновационных компаний мира уже есть четкая стратегия инновационной деятельности. В 47% наименее инновационных компаний мира на настоящий момент есть четкая стратегия инновационной деятельности.

Лидеры в области инноваций рассматривают управление инновациями как важную функцию бизнеса и имеют четко структурированный инновационный процесс. Наиболее инновационные компании отдают предпочтение четко структурированному подходу к инновационной деятельности. Лишь пятая часть (21%) из них управляют инновациями, не применяя формализованный подход. Использование неформализованных подходов к инновациям постепенно уходит в прошлое, руководители стремятся формализовать инновационную деятельность, выделив ее в отдельный бизнес-процесс. Как правило, такой подход позволяет компаниям четко отслеживать все стадии инновационного процесса, распределять полномочия, обязанности и ответственность за результат. В таком виде инновационную деятельность легче описать, структурировать, и, что очень важно, ею легче управлять, достигая поставленных целей.

Большинство российских руководителей идет по стопам коллег из Европы. Практически половина (48%) руководителей указывают на свою приверженность структурированному подходу к управлению инновациями, однако 25% российских руководителей признаются, что по-прежнему используют неформализованные методы управления инновациями, при которых идеи спонтанно рождаются внутри компании вне зависимости от запроса рынка и конкурентной ситуации.

Лидеры в области инноваций изучают возможности применения широкого диапазона операционных моделей инновационного развития. Ведущие компании постепенно осознают, что традиционные операционные модели управления инновациями не в полной мере удовлетворяют их запросы. Главная цель инновационных компаний – поиск наиболее эффективных способов организации и управления инновационной деятельностью для дальнейшего роста бизне-

са. В течение последнего десятилетия компании-лидеры находятся в постоянном поиске новых управленческих решений, экспериментируя с различными операционными моделями. Самыми востребованными в последние годы оказались модель открытых инноваций, инкубационная модель и модель «дизайн-мышления»; все больше инновационных компаний обращаются к модели венчурных фондов для поддержки своих инновационных проектов [1].

Лидеры в области инноваций направляют усилия на увеличение доли прорывных и революционных инноваций, особенно в сфере создания и внедрения новых продуктов, услуг, технологий и бизнес-моделей. Ориентация на прорывные и революционные инновации – новое слово в традиционном подходе к инновационной деятельности.

Исторически инновационные портфели компаний были сильно ориентированы на небольшие, «улучшающие» инновации. Иногда компании тратили до 90% своего инвестиционного бюджета на разработку и реализацию частичных усовершенствований продуктов и услуг. Новый подход компаний-лидеров, заключающийся в повышенном внимании прорывным и революционным инновациям, может стать залогом увеличения темпов роста и развития их бизнеса. Лидеры внедряют инновации не только на этапе создания продуктов и услуг, но и в процессе взаимодействия со своими клиентами, инновации помогают им эффективнее организовать свой бизнес и зарабатывать деньги, что в конечном итоге приводит к трансформации бизнес-моделей компаний. Если раньше компании-лидеры предлагали своим потребителям отдельные продукты и услуги, способные лишь частично решить те или иные проблемы, то теперь на рынке появляются пакетные предложения.

Некоторые компании находят новые каналы сбыта (например, предлагают программное обеспечение в качестве услуги и взаимодействуют с различными покупателями по всем каналам продаж). Многие ищут новые способы монетизации, взимая с клиента плату не за конкретный продукт, а за качество конечного результата. Сегодня инновационные бизнес-модели открывают для компаний мощный источник органического роста.

Лидеры в области инноваций планируют более активно сотрудничать с партнерами. Компании-лидеры в сфере инновационного развития сегодня все более открыты для новых бизнес-контактов и партнерств. На долю наиболее инновационных компаний сегодня приходится 25,3% новых продуктов и услуг, созданных в результате совместной деятельности с их клиентами. Это в два раза больше аналогичного показателя у наименее инновационных компаний (13%). В целом компании-лидеры в три раза чаще сотрудничают с внешними партнерами в области создания новых продуктов и услуг, чем их менее инновационные конкуренты (34% против 10%). Российские компании также следуют в этом направлении, рассматривая партнерства, в том числе с иностранными компаниями, как механизм доступа к новым технологиям, обучения своих сотрудников и привлечения новых клиентов. В то же время российские компании все еще недостаточно активно вовлекают потребителей своей продукции или своих услуг в разработку и внедрение инновационных решений в сравнении с компаниями в других странах БРИК или Европы.

В структуре выручки компаний-лидеров в области инноваций более значительная доля приходится на доходы от реализации новых продуктов и услуг. Наиболее инновационные компании имеют в структуре выручки более высокую долю доходов от реализации новых продуктов, чем менее инновационные компании. Компании-новаторы получают до 25% своей выручки за счет реализации инновационных продуктов и услуг, выведенных на рынок за последний год.

Таким образом, обобщая, подчеркнем, что лидеров в области инноваций отличают не географические или отраслевые особенности, а их дальновидная стратегия, системный подход и качественное выполнение поставленных задач.

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 (дата обращения: 25.08.2018).

ИННОВАЦИИ КАК МУЛЬТИПЛИКАТОР РОСТА КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ И ВЫРУЧКИ КОМПАНИЙ

Е. В. Коротковская, Е. С. Коротковская

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

В статье подчеркивается, что инновации и рост бизнеса – неотделимы друг от друга. Инновации выступают в современных условиях мультипликаторами роста выручки и конкурентоспособности компаний. Особую роль инновациям отводят компании из быстроразвивающихся стран. Для них прорывные технологические и сервисные нововведения – возможность создать дополнительные конкурентные преимущества перед компаниями из развитых стран.

INNOVATION AS A MULTIPLIER GROWTH COMPETITIVE BENEFITS AND REVENUES OF THE COMPANIES

E. V. Korotkovskaya, E. S. Korotkovskaya

The article emphasizes that innovation and business growth are inseparable from each other. Innovations act in modern conditions as multipliers of revenue growth and competitiveness of companies. Companies from rapidly developing countries play a special role in innovation. For them, breakthrough technological and service innovations are an opportunity to create additional competitive advantages over companies from developed countries.

Аналитические данные свидетельствуют, что более восьмидесяти процентов руководителей иностранных и российских организаций считают, что инновации важны для успеха управляемых ими компаний. По мнению 43% из