

ПРОБЛЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

УДК31:334.735:001.895

Лидия Павловна Наговицина,
д.э.н., проф., проф. каф. Экономики потребительской кооперации, Сибирский университет потребительской кооперации
Тел.: 8 (383) 346-54-31
Эл. почта: nagovicina.lp@yandex.ru

Анна Александровна Алетдинова,
к.т.н., доц. каф. Статистики и математики, Сибирский университет потребительской кооперации
Тел.: 8 (383) 346-21-87
Эл. почта: aletdinova@ngs.ru

Рассматриваются виды инноваций, типичные для организаций потребительской кооперации, инновационный потенциал и его составляющие, состояние ведомственного статистического наблюдения, возможности его совершенствования.

Ключевые слова: ведомственное статистическое наблюдение, инновационный потенциал, блоки показателей оценки инновационного потенциала.

Lidia P. Nagovicina,
Doctorate of Economics, Professor, the Department of Economy of the Consumer Cooperation, Siberian University of Consumer Cooperation
Tel.: 8 (383) 346-54-31
E-mail: nagovicina.lp@yandex.ru

Anna A. Aletdinova,
PhD in Technical Sciences, Assistant Professor, the Department of Statistics and Mathematics, Siberian University of Consumer Cooperation
Tel.: 8 (383) 346-21-87
E-mail: aletdinova@ngs.ru

PROBLEMS OF INFORMATION SUPPORT OF ESTIMATION OF INNOVATIVE CAPACITY OF ORGANIZATIONS OF CONSUMER COOPERATION

The article deals with types of innovations typical for organizations of consumer cooperation, innovative potential and its components, condition of internal statistical survey, possibility of its improvement.

Keywords: internal statistical survey, innovative potential, key figure block of evaluation of innovative potential.

1. Введение

Инновационный потенциал организации – экономическая категория, которую можно оценить, выразить количественно. Для этого необходимо:

- обозначить признаки инновационного потенциала организации;
- разработать систему показателей, характеризующих количественно инновационный потенциал и инновационную деятельность организаций;
- иметь источники информации – сведения государственного или ведомственного наблюдения об инновационном потенциале и инновационной деятельности организаций.

2. Формы федеральной и ведомственной статистики инноваций

В настоящее время для мониторинга инновационной деятельности организаций в России используются две формы статистической отчетности.

Форма № 4 – инновация «Сведения об инновационной деятельности организации» включает следующие разделы, характеризующие: общие организационно-экономические показатели организации; инновационную активность организаций; объем инновационной продукции (услуг) за отчетный период; факторы, препятствующие инновациям; затраты на технологические инновации по видам деятельности и источникам финансирования за отчетный год; результаты инновационной деятельности; количество совместных проектов и типы партнеров совместных проектов по выполнению исследований и разработок за отчетный год; источники информации об инновациях; патентование и другие методы защиты изобретений, научно-технических разработок организаций; количество приобретенных и переданных организацией новых технологий (технических достижений), программных средств за отчетный год; организационно-управленческие изменения.

Форма № 2-МП инновация «Сведения о технологических инновациях малого предприятия (организации)» включает также: затраты на технологические инновации, объем инновационной продукции (услуг), численность работников предприятия. Она заполняется малыми предприятиями только раз в 2 года.

Формы содержат большое количество вопросов, но дают лишь общее представление о состоянии инновационной деятельности организаций России. Они недостаточно обеспечивают возможность сравнения как на межрегиональном, так и межгосударственном уровне, хотя разработаны на основе статистических подходов, используемых в европейских странах. Анализ современного состояния статистики инноваций и направления ее совершенствования подробно изложены в статье И. И. Елисевой и П. А. Макаровой «Статистика новых технологий» [1]. В потребительской кооперации ведомственная статистика инноваций представлена слабее.

Согласно теории инновационного менеджмента инновационными можно считать товары, работы, услуги, новые не только на мировом рынке, что вряд ли достижимо для российской потребительской кооперации, но и на местном региональном рынке сбыта. На этом же основании товары, работы, услуги, освоенные и не являющиеся новыми для одних территорий, признаются инновационными на других рынках нового, первичного освоения. Потребительские общества и союзы, в том числе Сибирского федерального округа, постоянно расширяют ассортимент производимых на собственных предприятиях товаров, осваивают новые виды платных услуг для населения, совершенствуют технологии производства, хранения, перемещения, реализации товаров, что свидетельствует об инновационной деятельности. Но они не включены в качестве респондентов ни в одну из форм федерального статистического наблюдения. Тем важнее и обязательнее развивать ведомственное статистическое наблюдение за инновационной деятельностью системы, чтобы контролировать в режиме реального времени свое место в конкурентной среде.

Для потребительской кооперации статистика инноваций не является новой. Форма № 1-П (потребсоюз) «Сведения о промышленной деятельности в системе

потребительской кооперации», в разделе 2 «Производство промышленной продукции» отражает по группе непродовольственных товаров стоимость фактически произведенной и отгруженной продукции новых видов, в том числе с использованием прогрессивных ресурсосберегающих технологий. Следует отметить, что потребсоюзы фактически игнорируют, не представляют сведения, характеризующие их инновационную деятельность. Аналогичные сведения содержались и в разделе по продовольственным товарам, но на данный момент исключены из ведомственного отчета.

По нашему мнению, настало время восстановить в форме № 1-П (потребсоюз) сведения о продуктовых и технологических инновациях продовольственных товаров и усилить контроль за заполнением в этой форме данных о производстве и отгрузке новых непродовольственных товаров, в том числе с использованием ресурсосберегающих технологий.

Для сопоставимости с формами федерального статистического наблюдения, прежде всего с формой № 2-МП инновация «Сведения о технологических инновациях малого предприятия (организации)», ведомственную форму № 1-П (потребсоюз) «Сведения о промышленной деятельности в системе потребительской кооперации» можно дополнить показателями о затратах на технологические инновации и численности работников организаций.

3. Показатели инновационной деятельности

Европейская система показателей оценки инновационной деятельности разработана Директоратом по предпринимательству Комиссии европейских сообществ (КЕС). Она используется для оценки развития инновационной деятельности стран-членов Европейского союза и сопоставления с показателями США и Японии. Европейское инновационное табло (European Innovation Scoreboard) публикуется ежегодно, начиная с 2000 г., но постоянно пересматривается и дополняется, увеличивается число категорий и показателей.

Российская статистика инноваций включает следующую систему показателей, разрабатываемых на микроуровне: численность и состав персонала, занятого инновационной

деятельностью, объем и структура производственных фондов, используемых в инновационной деятельности, затраты на инновации (объем, структура, динамика), показатели технологического обмена, результаты инновационной деятельности, объем, структура и динамика производства и реализации инновационной продукции, влияние инноваций на результаты деятельности предприятия (экономия затрат производственных ресурсов в результате внедрения инноваций, прибыль от реализации инновационной продукции), инновационная активность предприятий. Эти показатели разрабатываются Росстатом в разрезе отдельных видов экономической деятельности.

4. Показатели инновационного потенциала организаций потребительской кооперации

Инновационная деятельность зависит от инновационного потенциала, который определяется как возможность предприятия использовать в хозяйственной деятельности для достижения поставленной инновационной цели совокупность материальных, трудовых, финансовых ресурсов с максимальным синергетическим эффектом. Более конкретный смысл вкладывается в понятие «уровень инновационного потенциала». Это статистический, количественно выраженный показатель, отражающий меру достижения максимального синергетического

Таблица 1.

Показатели инновационного потенциала организаций потребительской кооперации

Блок инновационного потенциала	Группы статистических показателей
Финансовый	<i>Финансового состояния организации:</i>
	Платежеспособности
	Финансовой устойчивости
	Деловой активности
	Рентабельности
	<i>Инновационной деятельности организации:</i>
	Затрат на инновационную деятельность
	Реализации инновационной деятельности
	Затрат на социальноориентированную деятельность
Организационный	Организационного построения
	Интеграции и кооперации
	Клиентской базы
Социальный	Управления отношениями на основе экономики участия
	Культурно-нравственного уровня развития организации
Научный	Создания технологий
	Объема и новизны научных исследований
	Публикационной активности
Технико-технологический	Объема и структуры производственных фондов
	Технологического обмена
	Гибкости производственного процесса
Кадровый	Состава работников и пайщиков
	Показатели здоровья
	Использования рабочего времени
	Численности работников и пайщиков
	Обеспеченности человеческим капиталом и интрапренерами
	Производительности труда
	Развития работников и пайщиков
Информационно-коммуникационный	Использования информационных и коммуникационных технологий
	Коммуникационной оснащенности рабочего места
	Структуры информационных сетей в организации
Инновационный климат	<i>Внешней среды:</i>
	Государственной поддержки и регулирования
	Социальной сферы
	Технологической сферы
	Экономической сферы
	<i>Внутренней среды:</i>
	Наличия системы мотивации работников и пайщиков
	Планово-аналитических
	Прогрессивности технологий

эффекта при использовании совокупности ресурсов для инновационной деятельности. При характеристике инновационного потенциала организации мы придерживаемся классификации показателей по блокам: финансовый, организационный, научный, технико-технологический, кадровый, информационно-коммуникационный, инновационного климата [2], дополнив ее социальным блоком, наиболее значимым для потребительской кооперации. Они и соответствующие им группы статистических показателей отражены в таблице 1.

Кооперативная модель хозяйствования как своеобразная бизнес-модель имеет преимущества, позволяющие оставаться конкурентоспособной на рынке потребительских товаров, сохраняя устойчивость даже в глобализованной экономике.

Перечислим главные из преимуществ:

- относительная автономность в формировании всех видов ресурсов: материальных, трудовых, финансовых;
- высокий кадровый потенциал, воспроизводство которого гарантировано собственной системой образования (университеты, институты, колледжи, техникумы, профессиональные школы);
- высокий научный потенциал со провождения инновационного развития во всех видах инноваций: продуктовых, процессных, организационных, маркетинговых;
- участие в инновационной деятельности не только работников, но и членов, не связанных с кооперативом трудовыми отношениями, на основе экономики участия;
- демократический членский контроль – контроль снизу, эффективно дополняющий традиционные формы контроля, свойственные для субъектов всех организационно-правовых форм собственности;
- функционирование на рынке более 180 лет, имидж социально-ориентированной системы, тесная взаимосвязь с населением, другими субъектами рынка, органами местной власти и управления.

Эти особенности и преимущества отразились на формировании блоков показателей инновационного потенциала, поэтому мы считаем целесообразным, оставив затраты на инновации в первом, финансовом блоке, выделить

из организационного самостоятельный социальный блок, имеющий для потребительской кооперации высокий коэффициент весомости.

Система статистических показателей инновационного потенциала организаций – это совокупность взаимосвязанных индикаторов, имеющих многоуровневую структуру и предназначенных для оценки уровня инновационного развития. Статистические показатели должны быть максимально информативными и представлять целостную картину состояния каждого блока.

Финансовый блок. Анализ финансового состояния кооперативной организации, помимо общепринятых показателей платежеспособности, финансовой устойчивости, деловой активности, рентабельности, должен включать специфические, свойственные кооперативной экономике. Так, среди показателей устойчивости для характеристики собственных средств первостепенное значение имеют паевой фонд и заемные средства пайщиков, их доля в капитале и в оборотных средствах. Точно также для характеристики деловой активности необходимы коэффициенты оборачиваемости собственных средств (паевого фонда и заемных средств пайщиков).

Новым для потребительской кооперации станет учет затрат на инновационную деятельность (на исследования и разработки, приобретение машин и оборудование, технологий и программных средств, обучение и подготовку персонала, маркетинговые исследования).

Расходы на социальную деятельность, в том числе на содержание социальной инфраструктуры, для потребительской кооперации должны быть дополнены показателями дивидендов на паевой фонд, других кооперативных выплат, затрат на реализацию программы лояльности. Основные показатели этой части блока: средний размер начисленной заработной платы, кооперативных выплат, единовременных выплат на одного работника (пайщика) за период; расходы на социальную защиту работников (пайщиков); расходы на профессиональное обучение, культурно-бытовое обслуживание, благотворительность.

Организационный блок. В организационном блоке инновационного потенциала российская потребительская кооперация проигрывает другим

формам рыночных субъектов в уровне интеграции. В последние годы увеличилось количество первичных организаций, а средний объем их деятельности уменьшился. Разинтеграция отразилась на всех отраслях, видах, а также совокупном объеме деятельности. Создание новых форматов магазинов, переоснащение производственных цехов, внедрение современных технологий производства и реализации товаров, работ, услуг в условиях разинтеграции не дает синергетического эффекта, поэтому организационный блок инновационного потенциала – затратный, предполагает дополнительные вложения в интеграцию отраслей и видов деятельности в оптово-розничные объединения, заготовительно-производственно-торговые комплексы, кооперативные бизнес-сети, что возможно на кластерной, договорной основе, описывается бизнес-программой (планом) с системой инновационных показателей, в которой сопоставляется экономический результат с затратами на интеграционный процесс. Но в этом блоке инновационного потенциала потребительская кооперация выигрывает у других форм рыночных субъектов в организации клиентской базы. В дополнение к трудовому участию сотрудников, которые оцениваются традиционными показателями производительности труда, потребительские кооперативы организуют экономическое участие пайщиков и отношения лояльности не кооперированного населения, что повышает их конкурентные преимущества.

Социальный блок. Он выделен из организационного блока и, на наш взгляд, должен включать показатели управления отношениями на основе экономики участия и культурно-нравственного уровня развития организации. Организационная инновация выражается специфическими показателями экономики участия: доля бюджетной сферы в товарообороте потребительской кооперации региона, доля пайщиков в товарообороте, паевой фонд и средний паевой взнос пайщиков, сумма их заемных средств кооперативу, сумма кооперативных выплат. Основные результирующие показатели, характеризующие организационные инновации – эффект и эффективность паевого фонда и паевых отношений для пайщиков, а также эффект и эффективность экономики участия для потребительского общества.

Научный блок. В системе потребительской кооперации он имеет большое значение, его масштабность которого обеспечивается наличием университетов, институтов, колледжей, техникумов, способных создавать научно-методическое сопровождение всех типов инноваций: продуктовых, процессных (технологических), организационных, маркетинговых. К сожалению научный блок пока используется слабо, поскольку нуждается в совершенствовании экономических отношений между потребительскими обществами (союзами) и кооперативными учебными заведениями по поводу разработки и реализации инновационных проектов.

Система показателей для его характеристики отработана. Она представлена показателями создания технологий, публикационной активности, объема и новизны научных исследований поискового характера.

Технико-технологический блок. Он отработан в статистике, представлен в сведениях федерального и ведомственного статистического наблюдения, выражен системой показателей объема и структуры производственных фондов: фондоемкости, фондоемкости, долей активной части основных производственных фондов, уровнем физического и морального износа оборудования, объемом библиотечного фонда, показателями технологического обмена и другими. Особенность технико-технологического блока инновационного потенциала потребительской кооперации состоит в его составе, представленном в основном показателями сферы обращения, такими как показатели территориальной доступности услуг торговли, плотности торговой сети относительно населения, розничного товарооборота и прибыли на один квадратный метр общей и торговой площади и др.

Кадровый блок. Для характеристики инновационного потенциала организации особую значимость приобретают показатели кадрового состава, наличия субъектов человеческого капитала, в том числе интрапренеров, использования рабочего времени, движения персонала, производительности труда, развития персонала, здоровья.

Ведомственное статистическое наблюдение потребительской кооперации значительно дополняет формы по труду и заработной плате федеральной статистики. Форма № 72 – К «Сведения о составе и движении кадров в системе

потребительской кооперации Российской Федерации» содержит данные о списочной и среднесписочной численности основных категорий работников. Работники распределяются по уровню образования (высшее, среднее специальное), возрасту. Выделяются молодые работники до 30 лет включительно.

Эту форму ведомственного статистического наблюдения можно еще больше адаптировать для характеристики кадрового блока, добавив в нее еще численность интрапренеров и возрастную группу работников от 30 до 40 лет, содержащую, на наш взгляд, наибольший потенциал типа человеческого капитала.

Особенность потребительской кооперации состоит в том, что она привлекает к инновационной деятельности работников, пайщиков и некооперированное население, следовательно, управляет трудовыми, экономическими отношениями и отношениями лояльности. Поэтому, кроме показателей, характеризующих персонал, в оценке инновационного потенциала необходимы индикаторы оценки вклада других групп влияния.

Информационно-коммуникационный блок. У кооперативных организаций он имеет тенденцию к развитию, хотя еще значительно отстает от уровня, сложившегося в других отраслях и видах деятельности. Повышается уровень использования компьютеров, локальных сетей, электронной почты, расширяется доступ к электронным справочным системам, интернету. Характеристикой коммуникационной оснащенности рабочих мест выступает количество на 10 работников списочного состава: компьютеров, телефонов, сотовых телефонов, а также наличие веб-сайта, доля компьютеров в составе локальных сетей и доля компьютеров, имеющих доступ к глобальным информационным сетям.

Следует отметить взаимное влияние коммуникационной оснащенности рабочих мест и доли молодых специалистов в численности работников. Информационно-коммуникационная оснащенность повышает ожидания молодежи, способствует сокращению текучести кадров, появлению приверженности кооперативной модели хозяйствования.

Инновационный климат. В потребительской кооперации он характеризуется показателями внешней и внутренней среды. Внешняя среда – это государственная поддержка и регули-

рование, состояние социальной, технологической, экономической сферы страны и региона. Но инновационный климат системы зависит и от внутренней среды, от самих потребительских обществ и союзов.

Внутренняя среда кооперативов специфична. Она формируется на основе социально ответственного бизнеса – модели поведения, совмещающей интересы организации с интересами общества с целью достижения прироста доходов в долгосрочной перспективе для организации, работников, пайщиков за счет устойчивой репутации, эффекта и эффективности использования материальных, трудовых, финансовых ресурсов, развития персонала, социализации миссии и системы лояльности. Это определяет наличие развернутой системы специфических показателей, характеризующих роль и место организаций потребительской кооперации в формировании и реализации инновационного потенциала территории.

5. Заключение

Статистика инноваций выполняет функцию барометра состояния формирующейся экономики России. Ведомственная статистика российской потребительской кооперации при выборе системой инновационного вектора развития, должна быть дополнена показателями, отражающими инновационный потенциал и инновационную деятельность, с учетом специфики кооперативной модели хозяйствования и кооперативной идентичности.

Литература

1. Елисеева И. И., Макарова П. А. Корректна или нет статистика инноваций в России // Социология науки и технологий. – 2010. – Т. 1. – № 1. – С. 162–173.

2. Алетдинова А. А. Статистическое исследование инновационной деятельности: монография. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2011. – 272 с.

References

1. Eliseeva I. I., Makarova P. A. Correct or not the statistics of innovation in Russia // Sociology of science and technology. – 2010. – T. 1. – № 1. – P. 162–173.

2. Aletdinova A. A. Statistical research of innovative activity: a monograph. – Novosibirsk: Publishing house of Novosibirsk State Technical University, 2011. – 272 p.