

ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ТОРГОВЛЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

*Коробкин А.З. - к.э.н., доцент,
заведующий кафедрой УО Белорусского
торгово-экономического университета
потребительской кооперации*

В предложенной статье представлены новые подходы к оценке эффективности инновационной деятельности в торговле потребительской кооперации. Предложены показатели состояния и эффективности использования инноваций с учетом специфики торговой деятельности.

Ключевые слова: *потребительская кооперация, инвестиции, инновации, инновационная деятельность, эффективность, показатели, рентабельность, доходность.*

The given article presents new approaches to assessment of effectiveness of innovative activity in consumer cooperation trade. Indicators of state and effectiveness of innovations use with due consideration of specificity of trading activity are offered.

Key words: consumer cooperation, investments, innovations, innovative activity, effectiveness, indicators, rentability, profitability.

Целью данной статьи является освящение новых методических подходов к оценке инновационной деятельности торговли потребительской кооперации в рамках Отраслевой программы развития потребительской кооперации на 2011-2015 годы, утвержденной постановлением Правления Белкоопсоюза №2 от 20.10.2010 [2].

Совершенствование торгово-технологических процессов, реструктуризация в торговле связана с инновационной деятельностью.

В соответствии с Законом Республики Беларусь «О государственной инновационной политике и инновационной деятельности в Республике Беларусь» от 10 июля 2012 г. №425-3 инновационной деятельностью является деятельность по преобразованию новшества в инновацию [1].

Инновацию в торговле можно определить как нововведение, новый или усовершенствованный способ (технология) продаж, коммерческое или маркетинговое решение, полученные в результате инновационного процесса.

Согласно характера применения инновации в торговле подразделяются на технологические, организационные и маркетинговые (рис. 1).

Важнейшая составляющая инноваций в организациях торговли – это совершенствование технологий по доведению товаров до потребителей. Она представляет собой совокупность работ, обеспечивающих выполнение торговых процессов наиболее рациональными способами в соответствии с конкретными условиями.

Для эффективного инновационного развития в организациях торговли необходима разработка стратегии инновационного развития.

Инновационная стратегия развития торговли представляет собой выбор наиболее эффективных путей использования ее ресурсного потенциала, основанный на долгосрочном прогнозировании, применении новых знаний и внедрении инновационных технологий в торговый процесс с целью получения конкурентных преимуществ, экономического и социального эффекта с оптимальными затратами.

Однако инновационному развитию торговли в настоящее время препятствует ряд факторов.

Основные сдерживающие факторы использования инноваций в торговле потребительской кооперации:

- ▶ Недостаточно эффективный менеджмент;
- ▶ Отсутствие долгосрочного стратегического планирования инновационной деятельности;
- ▶ Отсутствие научного и методического сопровождения инновационных процессов;
- ▶ Недостаточный уровень квалификации и профессионализма кадров;
- ▶ Слабое представление торговли потребкооперации в программах инновационного развития регионов;
- ▶ Недостаточное инвестирование инновационных процессов;
- ▶ Недостаточный уровень развития инфраструктуры потребительского рынка.

ИННОВАЦИИ В ТОРГОВЛЕ



Рисунок 1 – Инновации в торговле

По нашему мнению, осуществление инноваций в кооперативной торговле приведет к следующим результатам:

- Расширение ассортимента товаров;
- Увеличение пропускной способности кассовых линий;
- Повышение качества обслуживания покупателей;
- Создание нового положительного имиджа организации;
- Перераспределение обязанностей персонала и увеличение времени на консультации покупателей;
- Отслеживание движения товаров от производителей на склад, со склада в торговый зал к потребителям;
- Контроль сроков годности товаров;
- Оперативное получение информации о количестве и ассортименте товаров в торговом зале и предотвращение поступления контрафактных товаров;
- Сокращение затрат труда, связанных с инвентаризацией товаров;
- Повышение производительности труда и эффективности использования торговых площадей;
- Увеличение товарооборота, доходов и прибыли.

Сегодняшние реалии позволяют определить пути повышения эффективности инновационного развития торговли потребительской кооперации:

- Разработка целевых комплексных программ инновационного развития кооперативной торговли на национальном, региональном и микро-уровнях;
- Совершенствование правового регулирования инноваций и инновационной деятельности в торговле;

- Разработка научного и методического сопровождения инновационных процессов в торговле;
- Развитие инновационной инфраструктуры;
- Совершенствование механизма финансирования инновационной деятельности в кооперативной торговле;
- Обеспечение информированности специалистов организаций потребительской кооперации об инновационных процессах в торговле и продвижении инновационных проектов;
- Подготовка специалистов для реализации инновационных проектов;
- Создание в организациях потребительской кооперации структурных подразделений по разработке инновационной стратегии развития.

Целью экономического анализа инновационной деятельности торговли потребительской кооперации является определение стратегических направлений повышения эффективности от использования и внедрения инноваций.

Источниками экономического анализа инноваций являются:

- бизнес- план организации;
- бухгалтерская отчетность организации (формы №2, №3, №4, №5 бухгалтерского баланса);
- форма статистической отчетности №1-ИС (инвестиции) «Отчет о вводе в действие объектов основных средств и использовании инвестиций в основной капитал»;
- форма статистической отчетности №1-ИТ (инновация) «Отчет об инновационной деятельности организации»;

Анализ инновационной деятельности в торговле проводится в следующей последовательности (рис. 2).

Оценка динамики инновационной деятельности производится с использованием таких показателей как темпы роста, уровни и размеры изменения уровней затрат на инновации за исследуемый период.

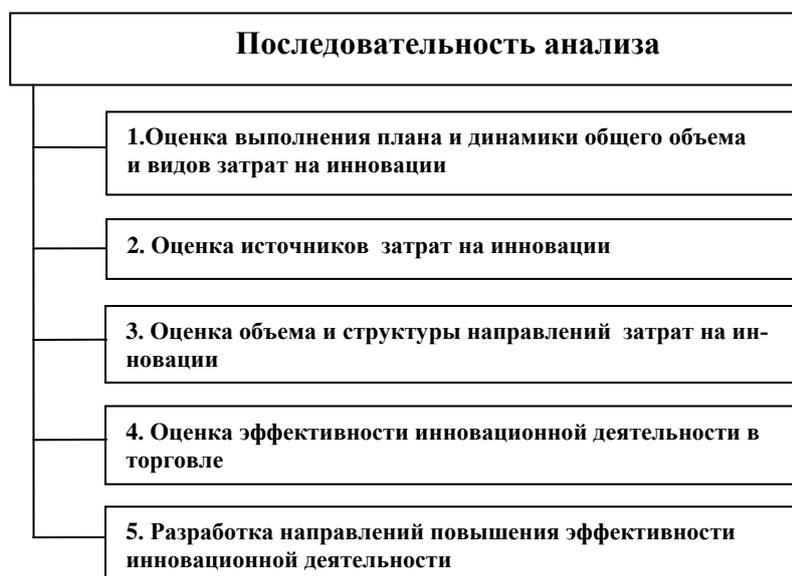


Рисунок 2 – **Этапы анализа инновационной деятельности в торговле**

Оценка эффективности инновационной деятельности в торговле проводится с использованием следующих показателей (таблица).

Таблица – Показатели оценки эффективности инновационной деятельности в торговле

Показатели	Формула	Условные обозначения
1. Коэффициент эффективности инвестиций в инновации (новые торговые объекты)	$K_{\text{э.и.н.}} = П/И$	$K_{\text{э.и.н.}}$ – коэффициент эффективности инвестиций в инновации для новых торговых объектов; $П$ – прибыль от реализации в торговле, млн р. $И$ – объем инвестиций в инновации, млн р.
2. Коэффициент эффективности инвестиций в инновации (реконструкция, модернизация, новые технологии продаж)	$K_{\text{э.и.р.}} = \Delta Пn/И$	$K_{\text{э.и.р.}}$ – коэффициент эффективности инвестиций в инновации для реконструируемых объектов; $\Delta Пn$ – прирост прибыли в результате инвестиций в инновации, млн р.
3. Срок окупаемости инвестиций в инновации (статический)	$Oи.н. = И/П$ $Oи.р. = И/Пр$	$Oи.н.$ – срок окупаемости инвестиций в новые торговые объекты, лет; $Oи.р.$ – срок окупаемости инвестиций в реконструируемые торговые объекты, новые технологии, лет.
4. Уровень инвестиций в инновации, %	$Ун. = \frac{И}{T} \cdot 100\%$	$Ун.$ – уровень инвестиций в инновации, %; T – товарооборот, млн р.
5. Чистая текущая стоимость инвестиций в инновации	$ЧТС = ЧДД - И$	$ЧТС$ – чистая текущая стоимость, млн р.; $ЧДД$ – чистый дисконтированный доход, млн р.
6. Чистый дисконтированный доход	$ЧДД = \frac{П_1}{(K_б \cdot K_ц)^1} + \frac{П_2}{(K_б \cdot K_ц)^2} + \dots + \frac{П_n}{(K_б \cdot K_ц)^n}$	$П_1, П_2, П_n$ – плановая чистая прибыль за период инвестиционного проекта, млн р.; $K_б$ – индекс банковской ставки по депозитам; $K_ц$ – прогнозный индекс цен; $1, 2, n$ – количество лет.
7. Срок окупаемости с учетом дисконтирования (динамический)	$Oд. = \frac{И}{\overline{ЧДД}}$ $\overline{ЧДД} = \frac{ЧДД}{n}$	$Oд.$ – срок окупаемости с учетом дисконтирования. – среднегодовой чистый дисконтированный доход, млн р.
8. Рентабельность инвестиций в инновации (статическая и динамическая)	$Ри.с. = П / И * 100$ $Ри.д. = \frac{ЧДД}{Ид} \cdot 100$	$Ри.с.$ – рентабельность инвестиций в инновации статическая, %; $Ри.д.$ – рентабельность инвестиций в инновации динамическая, %; $П$ – прибыль, млн р. $Ид$ – дисконтированный объем инве-

Показатели	Формула	Условные обозначения
		стиций в инновации, млн р.
9. Отдача затрат на инновации в торговле	$O_{и} = \frac{T}{Z_{и}}$	$O_{и}$ – отдача затрат на инновации, р.; T – товарооборот (выручка), млн р.; $Z_{и}$ – затраты на инновации в торговле, млн р.
10. Экономический эффект инноваций в торговле	$Э_{и} = T - Z_{и}$	$Э_{и}$ – экономический эффект инноваций, млн р.
11. Уровень затрат на инновации в торговле	$Уз.и. = \frac{Z_{и}}{T} * 100$	$Уз.и.$ - уровень затрат на инновации в торговле, %
12. Рентабельность затрат на инновации в торговле	$R_{и} = П / Z_{и}$	$R_{и}$ – рентабельность затрат на инновации в торговле, %; $П$ – прибыль от реализации в торговле, млн. р.
13. Доходность затрат на инновации в торговле	$Дз.и. = \frac{ВД}{Z_{и}}$	$Дз.и.$ – доходность затрат на инновации, р.; $ВД$ – валовой доход от реализации, млн р.

Анализируя затраты на инновации, необходимо основываться на соотношениях темпов роста, достижение которых ведет к увеличению эффективности инновационной деятельности организации:

$$T_{п} > T_{т} > T_{эп} > T_{з.и.},$$

где $T_{п}$ – темп роста прибыли от реализации, %;

$T_{т}$ – темп роста товарооборота, %;

$T_{эп}$ – темп роста экономических ресурсов торговли, %;

$T_{з.и.}$ – темп роста затрат на инновации, %.

Рост эффективности инноваций в торговле характеризуется следующими тенденциями в деятельности организации:

1. Приростом товарооборота, полученного в результате нововведений.
2. Приростом производительности труда и отдачи основных средств за счет инноваций.
3. Ускорением товарооборачиваемости в результате инноваций.
4. Приростом валового дохода от реализации в результате инноваций.
5. Сокращением расходов на реализацию в результате инноваций.
6. Приростом прибыли и рентабельности в результате инноваций.

Литература

1. О государственной инновационной политике и инновационной деятельности в Республике Беларусь: закон Респ. Беларусь от 10 июля 2012 г. №425-3 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2012.

2. Отраслевая программа развития потребительской кооперации на 2011-2015 годы. – Минск: Белкоопсоюз, 2010. – 50 с.