

## Л и т е р а т у р а

1. Анатомия человека: учеб. для студ. ин-тов физ. культуры / под ред. В.И. Козлова. — М.: Физкультура и спорт, 1978. — С. 132—144.
2. Изгиб стопы // Левша [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://levhsa.com>. — Дата доступа: 13.04.2012.
3. Горбачик, В. Кожа и обувь / В. Горбачик // ЛегПромБизнес [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://textile.bz>. — Дата доступа: 18.05.2012.
4. Кинематика и динамика стопы при ходьбе // Народ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://v-ugnivenko.narod.ru/foot1/3.htm>. — Дата доступа: 13.04.2012.
5. Хоменкова, Н.Г. Определение жесткости обуви / Н.Г. Хоменкова // Сб. тр. ЦНИИКПа. — 1957. — № 27. — С. 66—75.

*Статья поступила в редакцию 12.12.2012 г.*

**Р.П. Валевич**

*кандидат экономических наук, профессор  
БГЭУ (Минск)*

## ОБЕСПЕЧЕНИЕ РОСТА ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ НА ОСНОВЕ ИННОВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОДАЖАМИ

*В статье обоснована взаимосвязь и взаимообусловленность процессов формирования добавленной стоимости и создания инновационной системы управления товарооборотом.*

*The article covers the interconnection and interdependence of the processes involved in the formation of the added cost and creation of innovative system for commodity circulation.*

Результативность деятельности торговой отрасли в Республике Беларусь до недавнего времени оценивалась по показателю «розничный товарооборот». В программных документах развития экономики страны данный показатель признавался критерием развитости торговли и доводился ей в качестве контрольного задания. По темпам роста этого показателя оценивалась эффективность работы отрасли и торговых субъектов. И поэтому деятельность специалистов разного уровня управления была направлена на обеспечение достижения поставленных задач по развитию розничного товарооборота, темпы роста которого в последние 10 лет постоянно превышали доведенное задание. Вместе с тем ориентация на достижение объемных показателей по росту товарооборота не обеспечила необходимое накопление финансовых ресурсов для экономического роста и развития торговых субъектов, их инновационного обновления. Этому препятствовали не только ориентиры на количественные показатели, но и резкое изменение условий хозяйствования на рынке потребительских товаров и услуг. Большинство торговых субъектов стали функционировать на основе частной формы собственности; на рынке торговых услуг появились новые игроки, ужесточилась конкуренция; процессы глобализации стали перетекать и на территорию Республики Беларусь в виде образования торговых сетей; мировой финансовый кризис привел к резкому росту инфляции с соот-

ветствующими отрицательными последствиями для покупательной способности денег, потребителей, финансового положения организаций, заработная плата торговых работников сложилась ниже средней по стране, 30 % товарооборота относится к социально значимому, создание единого Таможенного союза Беларуси, России и Казахстана и на этой основе единого экономического пространства, вступление России в ВТО привели к снятию ограничений во взаимной торговле.

Ориентация Беларуси на активное включение в процессы международного разделения труда, интеграционные процессы, необходимость преодоления внутренних проблем развития потребовали приближения условий хозяйствования, системы оценочных показателей к международным условиям и стандартам. В этих целях с 2012 г. изменился перечень показателей доводимых торговле в качестве контрольных (основными стали: темпы роста добавленной стоимости и привлечение прямых иностранных инвестиций), введен в действие новый классификатор видов экономической деятельности, по которому торговля отнесена к секции С<sub>1</sub> (торговля, ремонт автомобилей, бытовых изделий и предметов личного пользования).

Не имея опыта работы в новых условиях хозяйствования, управления процессами формирования валовой добавленной стоимости, торговля не только не справляется с обеспечением необходимого роста этого показателя (по прогнозу его прирост должен был составить 7—8 %, фактически за январь — сентябрь 2012 г. он сложился на уровне 2,6 %), но и утрачивает контроль над процессами реализации товаров, формирования основ экономики на новой базе. В Министерстве торговли и местными органами управления торговлей проведен ряд совещаний по вопросам расчета добавленной стоимости, консультации по изменению учета и отчетности в связи с переходом на международные статистические стандарты; субъектам поручено пересчитать показатели 2011 г. и привести в сопоставимый вид, но реальных, осознанных действий по вопросам управления процессом формирования валовой добавленной стоимости пока нет. Прежде всего, следует уяснить, что без инновационных преобразований в отрасли и построения новой системы управления продажами невозможно обеспечить выполнение заданий по приросту валовой добавленной стоимости (промежуточная цель), создать систему планомерного ее роста в объемах достаточных для удовлетворения интересов всех участников ее формирующих.

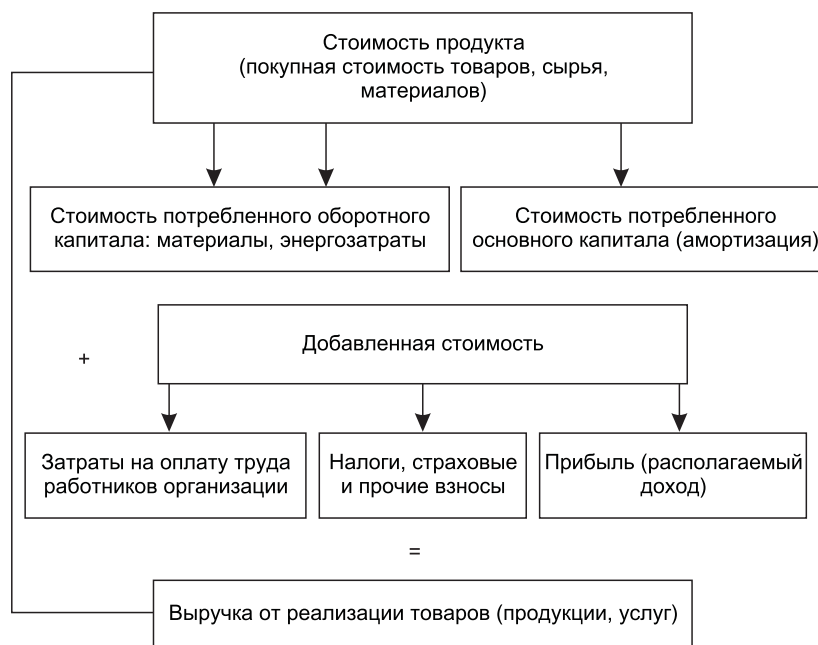
Результатом деятельности внутренней экономики является валовый внутренний продукт (ВВП), представляющий собой сумму добавленной стоимости, произведенной в экономике.

Теорию добавленной (прибавочной) стоимости впервые обосновал еще в 1776 г. английский ученый А. Смит, исследуя природу и причины богатства народов. К. Маркс в своем труде «Капитал» подтвердил выдвинутую гипотезу и определил ее составные элементы: оплата труда работников, создающих новую стоимость и прибыль собственника предприятия. В дальнейшем глубоких исследований сути добавленной стоимости практически не проводилось, особенно в части ее создания и исчисления хозяйствующими субъектами в целом и торговыми в частности. Однако этот показатель постоянно использовался на макроуровне для сравнения результатов национальной экономики с достижениями других государств. Внедрение в практику хозяйствования международно признанной системы национальных счетов способствовало расширенному использованию показателя добавленной стоимости.

Добавленной стоимостью на уровне организации считается та часть стоимости продукции (работ, услуг), которая создана в данной организации.

Она представляет собой источник экономического роста и удовлетворения интересов собственников организации (прибыль), работников (заработная плата), государства (налоги), инвесторов (доходы на инвестиции). Добавленная стоимость, исчисляемая по

единой методологии всеми хозяйствующими субъектами, становится «сквозным» показателем экономического роста субъектов различного уровня и важнейшим показателем экономического оборота [1]. Под показателями экономического оборота понимаются промежуточное потребление (ПП), потребление основного капитала (ПОК), добавленная стоимость (ДС), располагаемый доход (РД). Ранее в торговле сумма торговых надбавок (наценок, скидок) представляла собой валовой доход торговой организации. В системе национальных счетов доходом торговли, как и всех других отраслей, является разность между выручкой (результат реализации товаров и торговых услуг) и промежуточным потреблением (покупная стоимость товара и стоимость использованного оборотного и основного капитала для осуществления торговой деятельности). Тем самым в процессе формирования добавленной стоимости задействованы используемые ресурсы и источники экономического развития организации и государства в целом (см. рисунок).



Элементы, формирующие добавленную стоимость

Для расчета добавленной стоимости в торговой организации целесообразно использовать как производственный метод ( $ДС = \text{Выручка} - \text{Материальные затраты}$  (покупная стоимость товара, стоимость работ (услуг) производственного характера, топливо, электроэнергия, тепловая энергия, транспортировка грузов), так и распределительный метод ( $ДС = \text{Фонду заработной платы в расходах на реализацию, амортизацию, отчисления на социальное страхование, налоги в расходах, прочие расходы, прибыль от реализации товаров и услуг}$ ).

Используя оба метода, можно соизмерить фактическую и плановую добавленную стоимость и на этой основе определить резервы ее роста.

Наибольшую добавленную стоимость в ВВП страны обеспечивают обрабатывающие производства, сельское хозяйство, оптовая, розничная торговля, транспорт и связь, операции с недвижимым имуществом и аренда (табл. 1).

Таблица 1. Динамика формирования добавленной стоимости в разрезе видов экономической деятельности, %

Показатель	Ресурсы		Использование				Динамика изменения (+, -)		
	2010 г.	2011 г.	ПП		ВДС		по ресурсам	по ПП	по ВДС
			2010 г.	2011 г.	2010 г.	2011 г.			
Всего по видам экономической деятельности	100	100	100	100	100	100	—	—	—
В том числе сфера производства	69,2	72,0	80,6	82,6	51,0	54,4	+2,8	+2,0	+3,4
Из нее сельское хозяйство, охота, лесное хозяйство	15,5	13,2	13,7	11,2	19,9	18,2	-2,3	-2,5	-1,7
рыболовство, рыбоводство	0,08	0,06	0,05	0,03	0,15	0,1	-0,02	-0,02	-0,05
промышленность	69,2	75,4	73,6	78,6	59,2	67,3	+6,2	+5,0	+8,1
строительство	15,22	11,34	12,65	10,17	20,75	14,4	-3,88	-2,48	-6,35
сфера услуг	30,8	28,0	16,9	15,1	46,5	43,2	-2,8	-1,9	-3,3
Из нее торговля, ремонт автомобилей, бытовых изделий и предметов личного пользования	28,1	30,8	29,6	34,2	27,4	29,1	+2,7	+4,6	+1,7
гостиницы и рестораны	2,1	1,9	2,6	2,6	1,8	1,6	-0,2	—	-0,2
транспорт и связь	20,1	19,9	26,1	26,5	17,2	16,7	-0,2	+0,4	-0,5
финансовая деятельность	8,1	9,5	4,5	4,5	9,8	11,9	+1,4	—	+2,1
операции с недвижимым имуществом, аренда, предоставление услуг потребителям	13,3	11,2	11,2	9,3	14,4	12,1	-2,1	-1,4	-2,3
государственное управление	7,4	6,8	4,8	4,4	8,7	8,0	-0,6	-0,4	-0,7
образование	8,6	8,5	6,5	6,1	9,6	9,7	-0,1	-0,4	+0,1
здравоохранение предоставление социальных услуг	6,7	6,5	7,1	5,9	6,5	6,8	-0,2	-1,2	+0,3
предоставление коммунальных, социальных и персональных услуг	5,6	4,9	7,6	6,5	4,6	4,1	-0,7	-1,1	-0,5
косвенно измеряемые услуги финансового посредничества	—	—	2,5	2,4	-2,5	-2,4	—	-0,1	-0,1
налоги и субсидии в ВВП	—	—	—	—	21,5	22,6	—	—	+1,1

*Примечание.* Рассчитано по данным Национального статистического комитета Республики Беларусь.

Как свидетельствуют вышеприведенные данные, доля созданной в сфере услуг валовой добавленной стоимости в общем ее объеме снизилась за счет ее снижения на транспорте, по операциям с недвижимостью, в государственном управлении. Доля торговли в валовой добавленной стоимости сферы услуг возросла на 1,7 пункта и составила в 2011 г. 12,5 % ВВП страны. Отмечая положительную тенденцию роста НДС в торговле, следует обратить внимание на то, что в России она составила еще в 2009 г. по секции С<sub>1</sub> (оптовая, розничная торговля, ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования — 17,9 %.

Как уже было отмечено выше, добавленная стоимость, созданная в торговле, по объему и темпам прироста в 2012 г. ниже доведенного задания и недостаточна для экономического развития отрасли и торговых субъектов.

По мнению специалистов Министерства торговли Республики Беларусь, такая ситуация обусловлена снижением в сопоставимых ценах объемов оптового товарооборота (в оптовой торговле создается 70 % НДС), недостатками в развитии логистической системы, провалами в реализации проекта «брендинга» белорусской продукции, невыполнением по подведомственным Министерству торговли организациям других прогнозных показателей, снижением продаж по основным группам товаров, учитываемых Национальным статистическим комитетом Республики Беларусь (рост продаж обеспечен только по 29 группам из 40 учитываемых). Для преодоления важнейших проблем с ростом НДС органы управления торговлей всех уровней предлагают субъектам хозяйствования сосредоточить свое внимание на вопросах совершенствования взаимодействия с промышленностью в части устранения перебоев в поставках товаров, обновлении ассортимента, улучшении качества продукции, освоении производства новых видов изделий (постановлением Совета Министров Республики Беларусь в декабре 2011 г. был утвержден перечень новой продукции в количестве 81 наименования (капля в море торгового ассортимента), фактически за 9 месяцев 2012 г. произведено 75 наименований). Особое внимание рекомендуется уделять процессу создания торговых сетей (разработан законопроект, по которому доля торговой сети на конкретном сегменте рынка ограничивается 30 %), контролю за ходом развития розничного и оптового товарооборота (в этих целях разработан график контроля за ростом продаж во всех каналах реализации), разработке оптимальной схемы размещения крупных торговых объектов, магазинов шаговой доступности, обновлению нормативов обеспеченности торговой сетью. В Программе развития экономики Республики Беларусь на 2013 г. в качестве источников и условий роста НДС по секции «С1» Торговля; ремонт автомобилей, бытовых изделий и предметов личного пользования», повышения объемов розничного товарооборота определены: развитие электронной торговли на основе создания современной инфраструктуры и совершенствования системы защиты прав потребителей; создание и модернизация оптово-логистических центров; рост доли продаж, оплачиваемых банковскими пластиковыми карточками (до 12—14 % в объеме розничного товарооборота); развитие крупных торговых структур, в том числе на основе франчайзинга, и их оптимальное размещение по территории страны; расширение биржевой и фирменной торговли; внедрение прогрессивных технологий продаж с использованием безналичных расчетов, штриховой и радиочастотной идентификации, информационных систем; упорядочение работы рынков, формирование информационной базы, расширение ярмарочной торговли; создание сетей розничных предприятий в потребительской кооперации под своим брендом.

Не отрицая необходимости проведения такой работы, все же следует обратить внимание на отсутствие в планах развития торговли идей о коренной перестройке торговых технологий и управления продажами [3, 4].

Если проанализировать процесс создания добавленной стоимости, то мы обнаружим, что каждый ее элемент находится под государственным регулированием (что тре-

бует особого анализа) и сдерживается особенностями развития рынка потребительских товаров. Доля расходов на продукты питания и питание вне дома составила в 2012 г. в общем объеме денежных расходов домашних хозяйств 38,4 %, а в потребительских расходах — 49,4 %. При этом значительная часть продуктов питания относится к социально значимым товарам, по которым ограничена торговая надбавка. Указывая на этот факт, мы не ратуем за рост торговой надбавки, речь должна идти не о повышении размера торговых надбавок, а о возможности самостоятельной их оптимизации в рамках товарного ассортимента, оптимизации темпов роста цен производителей и потребительских цен (как отмечают торговые работники в настоящее время каждая новая поставка производится по более высоким ценам, чем была предыдущая, и не случайно рост средней стоимости чека (его размер колеблется в крупных торговых объектах Минска по продовольственным товарам от 49 до 87,7 тыс. р., а по непродовольственным от 60 до 137 тыс. р.) обусловлен ценовым фактором (за исключением сети «Евроопт»)).

Переход к гибким системам оплаты труда, совершенствование налоговой системы, упорядочение ценообразования сами по себе не решают проблему роста НДС. Требуется перестроить систему управления продажами, ориентируя ее на освоение инновационных технологий с учетом опыта зарубежных ритейлов, вовлеченных и невовлеченных в торговые сети [2, 4].

Изменение системы управления продажами должно находиться в непосредственной увязке с интересами участников бизнес-процессов в создании добавленной стоимости (табл. 2).

Таблица 2. Классификация участников торговых бизнес-процессов по степени их участия в добавленной стоимости

Участники бизнес-процесса	Непосредственно участвующие в создании НДС		Опосредованно участвующие в создании НДС	
	имеющие прямой финансовый интерес	имеющие косвенный финансовый интерес	имеющие прямой финансовый интерес	имеющие косвенный финансовый интерес
Собственники (учредители)	+			
Торговые работники		+		
Торговые агенты	+	+		
Банки и иные финансово-кредитные учреждения		+		
Государство			+	
Поставщики и подрядчики				+
Покупатели				+
Другие контрагенты бизнес-процессов				+

Ранее управление продажами сводилось к набору новых сотрудников, их обучению, контролю за работой, к стимулированию. Ныне к этим процессам прибавляется стратегическое планирование и прогнозирование, составление бизнес-планов и бюджетов, учет особенностей сегмента рынка и специфики поведения индивидуальных потребителей, анализ продаж и затрат (за рубежом лучшие программы продаж и их конкурен-

тные преимущества изучаются на семинарах, по ним проводятся тренинги), анализ эффективности закупочной работы и работы с поставщиками. Зарубежные торговые субъекты системно и в комплексе используют новые инструменты продаж, способствующие успехам в бизнесе.

К ним относятся: принцип ФАСТАЖ (факт, внимание, последовательность, время, авторитет, воздействие); ведение книги продаж (в ней отражены не только цифры о продажах, но и графически представленная информация о продукции, услугах, объекте, условиях работы, ценах и др.); использование современных технических средств (инновационное торговое оборудование, программные продукты, сайты, интернет-магазины и др.); рекламные материалы; ручка/калькулятор (постоянная оценка эффективности конечных и промежуточных управленческих решений); карточка информации о клиентах; анализ преимуществ и недостатков работы с разными контрагентами; анализ продаж, в том числе с точки зрения степени учета в деятельности новых факторов конкурентоспособности (быстрота реакции на изменение конъюнктуры рынка, качество продукции и услуг, снижение затрат, способность к изменению, инновационность в деятельности и продукции, максимальное использование всего имущественного потенциала).

Для успешного перехода торговли от количественных показателей, по которым ранее оценивались результаты ее деятельности, на обеспечение роста валовой добавленной стоимости и инновационно-инвестиционного обновления требуется перестройка всего механизма хозяйствования, обучение и переподготовка кадров, разработка новых методических пособий и рекомендаций, изменение подходов к управлению продажами и построение системы управления процессами формирования валовой добавленной стоимости.

## Л и т е р а т у р а

1. *Абрютина, М.С.* Экономический анализ товарного рынка и торговой деятельности: учеб. пособие / М.С. Абрютина. — М.: Дело и Сервис, 2010.

2. *Дмитриева, З.М.* Управление продажами в любых условиях / З.М. Дмитриева. — СПб.: Речь, 2010.

3. Об утверждении методических рекомендаций по расчету добавленной стоимости и добавленной стоимости на одного среднесписочного работника (производительности труда по добавленной стоимости на уровне организации): постановление М-ва экономики Респ. Беларусь и М-ва труда и соц. защиты Респ. Беларусь, 31 мая 2012 г., № 48/71 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2012.

4. *Спиро, Р.Л.* Управление продажами / Р.Л. Спиро, У.Дж. Стэнтон, Т.А. Рич. — М.: Издат. дом Гребенникова, 2004.

*Статья поступила в редакцию 10.01.2013 г.*