

Анисимова А.А.

*Научный руководитель: канд. экон. наук, доцент В. В. Федина
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
E-mail: Anisimovaalmi@yandex.ru*

Исследование торговой деятельности во Владимирской области

Торговая деятельность является неотъемлемой частью жизни каждого. Торговля включает в себя процесс покупки и продажи товаров и услуг и скорость их оборота. Каждый день люди обменивают деньги на любой товар или услугу. Это указывает на актуальность выбранной темы. Текущая торговая ситуация во Владимирской области и по всей России имеет положительную динамику. Это одна из самых быстрорастущих и развивающихся отраслей экономики. Торговая деятельность обеспечивает значительный денежный поток в государственный, муниципальный и региональный бюджет.

Уровень торговой деятельности может быть определен с использованием основных общих показателей, таких как оборот оптовой и розничной торговли, издержки обращения, торговая наценка, товарно-материальные запасы и др.

В данной статье анализируется торговая деятельность предприятий Владимирской области с точки зрения товарооборота. Он определяет возможности торговых предприятий, поскольку объем торговли можно использовать для оценки объема деятельности торговой организации. В таблице 1 приведены данные об обороте каждой муниципальной организации.

Таблица 1 - Товарооборот организаций Владимирской области

Наименование	Товарооборот, млн. руб.		Темп роста, %
	За I и II квартал 2018	За I и II квартал 2019	
Владимирская область	472502	527935,2	110,5
Муниципальные образования, имеющие статус городского округа			
Владимир	193309,4	210347,6	108,1
Гусь-Хрустальный	16563,2	17040,3	102,8
Ковров	39212,9	52918,9	125,9
округ Муром	33656,8	38290,0	112,1
Муниципальные образования, имеющие статус муниципального района			
Александровский	16259,2	18268,8	111,0
Вязниковский	7764,3	9903,2	121,6
Гороховецкий	5255	4929,8	93,4
Гусь-Хрустальный	4442,9	7006,1	136,6
Камешковский	7150	7663,5	106,7
Киржачский	17981,1	17767,9	98,8
Ковровский	1605,8	2493,5	135,6
Кольчугинский	15382,3	17440,2	111,8
Меленковский	2358,6	2486,4	105,1
Муромский	549,3	1097,5	199,9
Петушинский	31438,7	39884,1	121,2
Селивановский	1125,3	944,8	80,1
Собинский	44087,9	42887,1	97,2
Судогодский	5414,2	6215,1	112,9
Суздальский	3625,6	4845,6	123,6
Юрьев-Польский	8076,6	7895,2	97,7

На основании данных таблицы можно сделать вывод, что в целом товарооборот организаций во Владимирской области вырос в 2019 г. по сравнению с 2018 г.. Но есть районы, где произошло снижение товарооборота.

Сокращение товарооборота в некоторых районах может быть вызвано рядом причин: снижение уровня доходов населения; повышение цен на товары; некачественная продукция.

Несмотря на то, что торговая деятельность во Владимирской области в целом имеет положительную динамику развития за последние года, но все еще существует множество проблем, которые могут привести к ухудшению ее состояния.

Основные проблемы торговой деятельности:

1. Низкий уровень доходов и низкая плотность населения в некоторых районах Владимирской области.

2. Повышение уровня цен на товары и услуги и наценок на них.

3. МСП не имеют источников финансирования.

4. Качество товаров и услуг.

Цены на продукцию влияют на покупательную способность.

Низкий уровень доходов связан со следующими факторами: низкая заработная плата; отсутствие работы и безработица; неравенство в доходах; районы проживания - это районы с более низким экономическим потенциалом.

Для борьбы с бедностью необходимо принять меры по улучшению возможностей трудоустройства путем расширения старых или открытия новых предприятий, совершенствования системы поддержки социально незащищенных групп населения. Также должны быть созданы условия, чтобы работающее население могло получать достаточный доход, для того, чтобы не прибывать в бедности.

Необходимо регулировать уровень цен посредством государственного вмешательства и развивать собственное производство. Государственное вмешательство определит приемлемый уровень цен, который может быть установлен для товара, а развитие производства приведет к снижению издержек, тем самым уменьшив стоимость продукции.

Недостаток финансовых ресурсов для МСП может привести к тому, что организация потеряет деньги или даже прекратит деятельность из-за нехватки средств.

Федеральный закон № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», принятый 24 июля 2007 года, предусматривает финансовую поддержку в виде субсидий, бюджетных инвестиций. Также необходимо усовершенствовать систему лизинга для МСП.

Основной показатель конкурентоспособности предприятий – качество товаров. Для его улучшения требуется поддержка отечественных производителей, для которых установлены требования к качеству готовой продукции и определены процедуры стандартизации и сертификации. Кроме того, стандарты должны быть одинаковыми для всех на региональном и международном уровнях. Также существует необходимость в более строгих проверках качества продукции.

В конечном итоге все рассмотренные рекомендации повысят товарооборот и потребительский спрос в различных районах Владимирской области.

В целом, торговая деятельность во Владимирской области в настоящее время развивается. Однако без комплекса мер по улучшению качества продукции, увеличению уровня доходов населения, контролю цен на товары и услуги, корпоративной инфраструктуры и других видов деятельности не может быть достигнуто эффективное и устойчивое развитие торговли.

Литература

1. Постановление Правительства РФ от 02.02.1998 N 113 (ред. от 17.08.2010) "О некоторых мерах, направленных на совершенствование систем обеспечения качества продукции и услуг"

2. Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»

3. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Владимирской области: сайт. – URL: <https://vladimirstat.gks.ru/> - Текст: электронный

Булатова В.С., Мельникова Е.С.

*Научный руководитель – к.э.н., доцент каф. менеджмента Е.В. Родионова
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23*

Исследование рынка детских развлечений г. Муром

Где провести время с ребенком? Чем удивить подростка, который побывал уже везде? Неужели до сих пор можно найти что-то новое для детей? С этими и многими другими вопросами приходится рано или поздно сталкиваться родителям. Данная проблема очень актуальна в наше время, ведь порой кажется, что дети видели уже все, а подрастающее поколение требует чего-то, что они еще не пробовали.

На данный момент рынок детских развлечений в городе Муроме становится все разнообразней. Появляются новые организации, но настолько ли они востребованы в городе, учитывая, что таких, как они уже много. Для проведения исследования был использован метод анализа рынка, который проводился на основе интернет-ресурсов, отзывов родителей и детей о данных организациях, а также опирался на профессиональный взгляд работников представленных организаций.

Каждое место развлечения города Мурома имеет свою специфику работы и занимает определенный сегмент на рынке работы с детьми. В ходе исследования проведена сегментация рынка в зависимости от направления работы организации.

Были выделены следующие направления работы:

- аниматоры;
- квест-комнаты;
- игровые комнаты;
- батутный комплекс;
- творческая мастерская.

Каждую из представленных категорий можно увидеть функционирующей на территории города Муром в той или иной форме, смежными между собой и с разным уровнем развития.

В категории аниматоры функционируют несколько организаций. Как основной вид деятельности услуги аниматоров предоставляют шоу-группа «Лабиринт», «Буратино» и «Белый Лев». В дополнении к основному виду деятельности услуги аниматоров предоставляют два батутных комплекса «Sky Park» и «Хайппарк», игровые комнаты «Сказка» и «Империя», тайм-кафе «Тепло», и еще одной организацией является досуговый центр «Подсолнух». Каждая из этих организаций имеет свой набор программ, персонажей и особенности проведения. Например, можно отметить, что аниматоров «Буратино», чаще заказывают на праздники для детей до 7 лет, а аниматоров «Лабиринт» и «Тепло» на праздники, где присутствуют дети от 7 лет. Каждая из организаций имеет свои особенности, использует оригинальные средства привлечения, и, зачастую, дети, которые присутствовали на одной и той же программе от разных аниматоров, отмечают, что они совсем разные, что говорит о высоком уровне авторства анимационных программ.

Как категорию квест-комната можно рассмотреть Праздничный лофт «Лабиринт», который открылся совсем недавно, но своими анимационными программами эта организация известна давно. На территории лофта функционируют несколько различных авторских квестов, разработанных по мотивам популярных фильмов и шоу.

Игровых комнат в нашем городе всего три – это «Сказка», «Буратино» и «Империя», каждая из организаций имеет еще несколько дополнительных видов деятельности.

Батутные комплексы уже прочно закрепились на территории нашего города, их два ««Sky Park» и «Хайппарк», и так же как и игровые комнаты, батутные центры предоставляют дополнительные услуги, помимо основной деятельности.

И последняя проанализированная категория - это творческие мастерские и досуговые центры. В нашем городе таких три – это Арт-студия «Атмосфера», которая предоставляет

услуги по развитию детского творчества, курсы по изобразительному искусству. А так же функционируют два досуговых центра: «Подсолнух» и «Крылья», основными задачами которых являются детское развитие и подготовка детей к школе.

По результатам исследования рынка детских развлечений в городе Муроме можно прийти к выводу, что есть достаточное количество мест, в которых можно провести какое-либо мероприятие, но большая часть из них рассчитана на возрастную категорию до 10 лет. Для категории детей от 10 лет и старше, мест, куда подросток может прийти и интересно провести время, довольно немного, а точнее два батутных центра и тайм-кафе.

Параллельно с местами развлечений в городе Муроме, были проанализированы самые популярные и востребованные места для подростков в более крупных городах и областных центрах. Анализ показал, что в крупных городах, с высокой численностью населения, самыми популярными местами для подростков становятся:

- выставочные центры и музеи, в которых демонстрируются опыты;
- экстрим-парки;
- большие центры, в которых созданы компьютерные и телефонные игры в реальных масштабах;
- скейт-площадки, батутные комплексы и аквапарки.

Окупаемость и реализация таких крупных проектов в пределах нашего округа невозможна, в связи с небольшой численностью населения. Зачастую доходы семей не могут позволить такое времяпрепровождение ребенка-подростка.

Изучив подробнее наполняемость крупных развлекательных комплексов как в России, так и за рубежом, можно выделить несколько площадок, которые могут быть реализованы в черте нашего города. К таким площадкам для начала были отнесены «Парк профессий», «Клуб виртуальной реальности», «Зеркальный лабиринт» и квест «Выбраться из...».

Но, к сожалению, не все предложенные варианты подходят.

Например:

1) «Парк профессий», он не будет пользоваться популярностью в нашем городе, по причине того, что будет небольшая посещаемость - за один поход возможно будет посмотреть все, а значит дальнейшее посещение не будет иметь смысла.

2) «Виртуальная реальность» на данный момент существует в виде аттракциона в батутном центре и все посетители могут им воспользоваться за небольшую стоимость.

3) Квест «Выбраться из...» начинает свою реализацию в одном из праздничных пространств и рассчитан на возраст 12+.

Реальным вариантом является открытие «Зеркального лабиринта».

Зеркальный лабиринт - это оптический обман и сеть запутанных коридоров, состоящих из плоских и выпуклых зеркал. Лабиринт сконструирован так, что несмотря на сравнительно небольшую территорию, покорить ее кажется простым только на первый взгляд.

Все это создает ту магию, которая снова и снова притягивает посетителей возвращаться обратно, также такой лабиринт заинтересует не только подростков, но и старшее поколение.

Завораживающая обстановка и красивые фотографии первых посетителей, смогут сделать эффективную рекламу, ведь если такая фотография окажется на просторах социальных сетей, с подписью новое место в Муроме, этого будет достаточно, чтобы жители города стали узнавать, где же это находится.

Литература

1. Сенаторов, А. А. Контент-маркетинг: стратегии продвижения в социальных сетях / А. А. Сенаторов ; под редакцией А. Никольского. — Москва : Альпина Паблишер, 2020. — 160 с. — ISBN 978-5-9614-5526-7. — Текст: электронный. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/93026.html>.

2. Егорова, М. М. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / М. М. Егорова, Е. Ю. Логинова, И. Г. Швайко. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — Саратов : Научная книга, 2019. — 159 с. — 978-5-9758-1744-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81021.html>.

3. <http://imperiamurom.ru/child/>.

4. <https://vk.com/prazdnikilabirint>.

5. <http://www.buratino-park.ru/>.

6. <https://kudago.com/>.

Вартанян А.А.

Научный руководитель: к.э.н. доцент В.В.Федина

*Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
alinka.alinka.v@mail.ru*

Оценка состояния региональной системы газораспределения и газопотребления (на примере Владимирской области)

В современных условиях одним из важнейших направлений развития регионов России является обеспечение населения газообразным топливом и создание для этих целей разветвленной системы сетей газораспределения. Сетью газораспределения называют технологический комплекс, состоящий из распределительных газопроводов, газопроводов-вводов, сооружений, технических устройств. [2] В настоящее время эти цели реализуются в рамках единых программ газификации.

Под газораспределительной системой понимается имущественный производственный комплекс, состоящий из организационно и экономически взаимосвязанных объектов, предназначенных для транспортировки и подачи газа непосредственно потребителям. Владеет газораспределительной системой, осуществляет эксплуатацию сети газораспределения, а также оказывает услуги по транспортировке газа потребителям газораспределительная организация (ГРО).

Основной ГРО во Владимирской области является АО «Газпром газораспределение Владимир». Целью Общества является надежное и безаварийное газоснабжение потребителей. Конкурентами акционерного общества в области являются ООО «Газ-Гарант», ООО «Радугаэнерго» и ООО «Региональные газовые системы». При этом по данным на 01.01.2019 г. на АО «Газпром газораспределение Владимир» приходится 97,88% объема транспортировки газа по Владимирской области.

Объем транспортировки природного газа по сетям Общества и других ГРО Владимирской области за 2014-2018 гг. представлены в таблице 1. [5]

Таблица 1 – Объем транспортировки природного газа по сетям АО «Газпром газораспределение Владимир» и других ГРО Владимирской области, млн. куб. м.

Наименование	01.01.15	01.01.16	01.01.17	01.01.18	01.01.19	Прирост
АО «Газпром газораспределение Владимир»	2603,2	2575,4	2659,91	2563,98	2704,04	+100,84
Другие ГРО Владимирской области	52,06	50,72	51,47	52,83	58,563	+6,503
Итого	2655,26	2626,12	2711,38	2616,81	2762,03	+106,77

Таким образом, в целом объем транспортировки газа с 01.01.2015 г. увеличился на 106,77 млн. куб. м. В частности объем транспортировки природного газа по сетям АО «Газпром газораспределение Владимир» увеличился на 100,84 млн. куб. м.

Соответственно, одновременно с увеличением объема транспортировки природного газа улучшается и уровень газификации Владимирской области. Так, по данным на 01.01.2019 г. уровень газификации Владимирской области составляет 79,27%, в том числе в городах 92,26%, в селах 47,74%.

Динамика объема газифицированных объектов Владимирской области за 2014-2018 гг. представлена в таблице 2. [5]

Таблица 2 – Объем газифицированных объектов Владимирской области за 2014-2018 гг., ед.

Наименование показателя	01.01.15	01.01.16	01.01.17	01.01.18	01.01.19	Прирост
Количество газифицированных квартир	659628	662450	568980	577217	584885	-74743

Количество газифицированных промышленных объектов	353	364	368	371	372	+19
Количество газифицированных коммунально-бытовых и жилищно-коммунальных объектов	5558	5837	6113	6335	6885	+1327
Количество газифицированных сельскохозяйственных объектов	53	54	54	54	54	+1

Конечно, для обеспечения бесперебойной и безаварийной подачи газа потребителям, АО «Газпром газораспределение Владимир» предусмотрены графики технического обслуживания и ремонта газовых сетей в соответствии с требованиями нормативных правовых актов в области промышленной безопасности и нормативных технических документов в области газораспределения. На работы по капитальному ремонту и реконструкции (техническому перевооружению) газораспределительных систем выделяются значительные ресурсы. Объем средств, затраченных на данные цели в 2014-2018 гг. представлен в таблице 3. [5]

Таблица 3 – Объем средств, затраченных на работы по капитальному ремонту и реконструкции (техническому перевооружению) газораспределительных систем в 2014-2018 гг., млн. руб.

Наименование показателя	01.01.15	01.01.16	01.01.17	01.01.18	01.01.19
Капитальный ремонт	39,216	33,077	34,727	57,644	78,452
Реконструкция (техническое перевооружение)	36,333	78,044	48,38707	26,623	36,311
Итого затраченных средств	75,549	111,121	83,11407	84,267	114,763

Диагностика и своевременный ремонт сетей газораспределения является гарантом их безопасности. Для достижения безаварийности подачи газа потребителям так же предусмотрены работы по техническому обслуживанию и ремонту внутридомового и внутриквартирного газового оборудования. [3] При этом в случае возникновения аварийной ситуации АО «Газпром газораспределение Владимир» предусмотрена работа аварийной службы. Аварийно-диспетчерское обеспечение, в том числе локализация аварийных участков сети газопотребления, устранение утечек газа, предупреждение аварий, выполняется круглосуточно аварийно-диспетчерской службой газораспределительной организации незамедлительно при поступлении информации об аварии или угрозе ее возникновения. [3]

В настоящее время невозможно представить современное общество без газообразного топлива. Ключевую роль в обеспечении газом конечного потребителя играют газораспределительные организации.

Литература

1. Распоряжение губернатора Владимирской области «Об утверждении программы газификации жилищно-коммунального хозяйства, промышленных и иных организаций Владимирской области на 2017-2021 годы (изменениями на 13 сентября 2019 года) от 20 марта 2017 года № 33-рг
2. ГОСТ Р 53865-2010. Системы газораспределительные. Термины и определения
3. Постановление о мерах по обеспечению безопасности при использовании и содержании внутридомового и внутриквартирного газового оборудования № 410 от 14 мая 2013 г
4. Официальный сайт ПАО «Газпром» [Электронный ресурс] - режим доступа: URL: <http://www.gazprom.ru>
5. Официальный сайт АО «Газпром газораспределение Владимир» [Электронный ресурс] - режим доступа: URL: <http://www.vladoblgaz.ru>

Гагарина Н.Ю.

*Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
e-mail: n.roshinova@yandex.ru*

Теоретические подходы к пониманию категорий эффекта и эффективности

Экономический эффект - это конечный экономический результат, который получается в результате реализации каких-либо мероприятий и который приводит к улучшению каких-либо показателей работы предприятия.

Изучение эффективности с точки зрения ресурсов и целей сосредотачивается на двух принципах:

- достижение цели считается важным условием эффективной деятельности организации;
- результативное применение ресурсов считается важным, но не достаточным критерием для эффективности.

Согласно мнению Е.Н. Чижовой, «эффективность» - это связь научно-технического, экономического, социально-экологического эффектов. Любой из данных эффектов считается различным по своему качеству, их невозможно складывать для получения обобщающего результата, потому что любой из них определяет результат хозяйственной деятельности только по определенным показателям и критериям.

А. Томсон считает, что «эффективность - это отношение между количеством источников для производства, которые используются организацией, и качеством товара, который произведен при использовании этих источников».

По мнению Д. Норта «эффективность - это система, которая воспроизводит условия экономического роста, потому что только экономический рост способствует увеличению благосостояния (богатства)».

Поэтому, экономическая эффективность организации - результативность инструментов, форм, способов и затрат на увеличение эффективности в применении ресурсов организации в производственной, финансовой и инвестиционной деятельности.

Методологический ключ к определению путей увеличения экономической эффективности производства - это обеспечение роста результата или уменьшения расходов, или одновременно - и роста результата, и уменьшения расходов, что в конечном итоге должно приводить к повышению полезных результатов на единицу совокупности потраченных ресурсов [1].

Вследствие этого разработка мероприятий по повышению экономической эффективности связана с потребностью:

- а) получить большой результат при постоянных затратах ресурсов;
- б) получить тот же эффект при сокращении расходов ресурсов;
- в) добиться более высокого темпа роста результата по сравнению с темпом роста ресурсных расходов;
- д) гарантировать рост результата при одновременном снижении расходов.

Таким образом, есть два магистральных пути увеличения экономической эффективности производства:

- обеспечение роста конечного результата производства - прибыли, объемов производства и реализации продукции при тех же расходах и соблюдении требований к качеству продукции (работ, услуг);
- обеспечение уменьшения расходов ресурсов на единицу результата при увеличении качества продукции (работ, услуг). [2]

Литература

1. Маркарьян Э.А., Герасименко Г.Л., Маркарьян С.Э. Экономический анализ финансовой деятельности. - Ростов н/Д: Феникс, 2015.
2. Родионова В.Н. Организация производства на предприятиях в современных условиях / В.Н. Родионова. – Воронеж: ВГТУ, 2015. – 212 с.

Горшков С.Н.

*Научный руководитель: ст. преподаватель И.В. Магера
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
E-mail: ya.gorshcov2012@yandex.ru*

Современное состояние пенсионного обеспечения в Российской Федерации и его основные проблемы

Пенсионное обеспечение в Российской Федерации представляет собой свод нормативно-правовых норм и экономических и организационных институтов, которые регулируют вопросы предоставления населению материальной поддержки, именуемой пенсией.

В РФ пенсионное обеспечение бывает трех видов: государственное (для госслужащих), обязательное пенсионное страхование (для застрахованных граждан), негосударственное (дополнительное) пенсионное обеспечение (для граждан, заключивших договор с негосударственными пенсионными фондами).

Основным нормативно-правовым документом в области пенсионного обеспечения является Федеральный закон №173-ФЗ от 17.12.2001 г. «О трудовых пенсиях в Российской Федерации». В соответствии с настоящим Федеральным законом устанавливаются следующие виды трудовых пенсий:

- трудовая пенсия по старости;
- трудовая пенсия по инвалидности;
- трудовая пенсия по случаю потери кормильца [1].

Пенсионное обеспечение государственных служащих дополнительно регулируется Федеральным законом №166-ФЗ от 15.12.2001 г. «О государственном пенсионном обеспечении в Российской Федерации».

Современное состояние пенсионного обеспечения в РФ характеризуется принятием ряда реформ, важнейшей из которых является повышение пенсионного возраста с 55 лет до 60 лет для женщин и с 60 лет до 65 лет для мужчин [2].

В 2019 году была проиндексирована надбавка к пенсии по старости для пенсионеров, достигших возраста 80 лет. Она составила 5334 руб. Средняя пенсия по старости в Российской Федерации в 2019 году составила 15495 руб. Страховые пенсии с 1 января 2020 года были проиндексированы на 6,6%. Однако несмотря на положительную динамику в росте пенсии и надбавок к ней, в пенсионном обеспечении в РФ имеются проблемы, среди которых можно выделить следующие [3].

К одной из острых проблем пенсионного обеспечения можно отнести ежегодно увеличивающаяся численность пенсионеров при снижении работоспособного населения в возрасте от 18 до 55 лет. Это, прежде всего, связано с изменением демографической ситуации в стране, проявляющейся в виде низкого уровня рождаемости. Таким образом, данная проблема проявляется в виде роста пенсионной нагрузки на работающих граждан.

Следующей проблемой пенсионного обеспечения является постоянно растущий дефицит бюджета Пенсионного фонда РФ по причине возникающего дисбаланса между работающим и неработающим населением. В связи с этим обязательства государства по выплате пенсий с каждым годом увеличиваются.

Немаловажной проблемой пенсионного обеспечения является невысокий уровень пенсий (ниже прожиточного минимума) у достаточно большого количества пенсионеров Российской Федерации, что отражается на общем снижении уровня жизни населения нетрудоспособного возраста.

Еще одной проблемой является наличие финансовой неграмотности населения РФ в области пенсионного обеспечения. Большинство жителей страны не владеет информацией о порядке начисления пенсии, о возможности ее формирования на будущее за счет добровольного

пенсионного страхования, а также о сохранении пенсионных накоплений в негосударственных пенсионных фондах.

Таким образом, в Российской Федерации пенсионное обеспечение характеризуется рядом проблем, которые необходимо решать путем проведения государственных реформ по увеличению пенсий как минимум до размера прожиточного минимума, а также за счет повышения уровня финансовой грамотности работающего населения в области добровольного пенсионного страхования с целью формирования своей будущей пенсии.

Литература

1. Федеральный закон №173-ФЗ от 17.12.2001 г. «О трудовых пенсиях в Российской Федерации»
2. Федеральный закон №350-ФЗ от 03.10.2018 г «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам назначения и выплаты пенсий»
3. Официальный сайт Пенсионного Фонда РФ URL <http://www.pfrf.ru> (дата обращения 13.03.2020 г.)

Дикова М.В.

*Научный руководитель: к.э.н., доцент И.В. Терентьева
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
E-mail: dikova.mariya@yandex.ru*

Оценка бюджетной безопасности муниципального образования (на примере округа Муром Владимирской области)

На сегодняшний день отечественными исследователями представлены различные методики оценки бюджетной безопасности на муниципальном уровне. Это обусловлено тем, что авторы выделяют различные параметры бюджетной безопасности.

Методика, разработанная Никифоровой А.А. позволяет оценить финансовое состояние местного бюджета, подразделяющегося на три уровня: опасное финансовое состояние бюджета, неустойчивое (небезопасное) и устойчивое (безопасное) финансовое состояние местного бюджета [2].

Таким образом, опасный уровень финансового состояния местного бюджета определяется низким уровнем собственных источников формирования бюджета, его несбалансированностью, неспособностью собрать на территории муниципалитета утвержденные доходы и незначительной долей социально значимых расходов в общей величине расходов.

Неустойчивое (небезопасное) финансовое состояние бюджета характеризуется недостаточностью собственных доходов для устойчивого развития и низкоэластичным ростом расходов на социально-культурные мероприятия в зависимости от роста доходов, что вероятнее всего указывает на их нехватку.

Устойчивое (безопасное) финансовое состояние предполагает достаточную величину собственных источников доходов, сбалансированность бюджета, приоритетность финансирования социально-культурной сферы.

В целом за исследуемый период удельный вес собственных доходов в структуре доходов бюджета округа Муром составляет 39% и 37% соответственно в 2017-2018 гг. Собственные доходы на душу населения составили 47,36 тыс. руб. и 49,27 тыс. руб. по годам. Исполнение бюджета составило 100,96% в 2017 году и 101,32% в 2018 году. Бюджетная обеспеченность на 1 жителя по расходам на социально-культурные мероприятия составила 25,18 тыс. руб. и 28,21 тыс. руб. соответственно по годам. Удельный вес расходов на социально-культурные мероприятия составил 19,96% и 21,14%. Эластичность социально значимых расходов по отношению к доходам бюджета составила 0,21 и в 2017 году, и в 2018 году.

Поскольку общая балльная оценка более 0, то наблюдается устойчивое (безопасное) финансовое состояние округа Муром. То есть у рассматриваемого объекта достаточная величина собственных источников доходов, а бюджет сбалансирован. Главным управленческим решением является приоритетность финансирования социально-культурной сферы.

Для оценки бюджетной безопасности округа Муром также используем методику Маргасова Д.В. [1]. Автор выделяет следующие коэффициенты бюджетной устойчивости:

- 1) коэффициент налоговой устойчивости;
- 2) коэффициент финансовой независимости;
- 3) коэффициент собственности;
- 4) показатель обеспеченности бюджетным капиталом;
- 5) показатель эффективности использования государственного бюджетного капитала;
- 6) показатель собираемости налоговых доходов;
- 7) показатель долговой нагрузки бюджета;
- 8) показатель нормированной средневзвешенной цены капитала.

Итоговое значение бюджетной безопасности территории определяется как интегральный показатель соответствующих оценок по перечисленным восьми коэффициентам и показателя нормированной средневзвешенной цены капитала.

За рассмотренный период 2016–2018 гг. получили, что нормированный показатель равен 0,2306.

Исходя из полученных результатов следует, что коэффициент эффективности управления капиталом составит 58,04.

Таким образом, после расчета средних показателей и нахождения интегрального показателя, получили, что по методике Маргасова Д.В. бюджетная безопасность округа Муром является низкой.

Поскольку получились противоречивые выводы по рассмотренным методикам, то необходим дополнительный анализ бюджетной безопасности округа Муром. Анализ финансово-бюджетной безопасности муниципалитетов должен лежать в основе управленческих решений, с целью повышения уровня бюджетной устойчивости и ее планирования на долгосрочную перспективу.

Литература

1. Маргасов Д.В. Как оценить эффективность бюджетного менеджмента в регионе? // Российское предпринимательство. – 2012.–№ 5 (203). – С. 156-159.
2. Никифорова А.А. Факторы финансовой устойчивости и безопасности местного бюджета: автореферат дис. ... канд. экон. наук. (08.00.10) / Никифорова Анна Александровна; Волгоградский государственный университет. – Волгоград, 2007. – 27 с.

Ерофеева М.В.

*Научный руководитель: к.э.н., доцент И.В. Терентьева
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
E-mail: Chery8884@gmail.com*

Обеспечение сбалансированности муниципальных бюджетов

Обеспечение соответствия расходов бюджета его доходам одна из основных целей составления бюджета муниципального образования. Поэтому бюджет муниципального образования должен быть максимально сбалансированным по доходам и расходам.

В Статье 33 Бюджетного Кодекса Российской Федерации принцип сбалансированности бюджета обозначен, как «объем предусмотренных бюджетом расходов, соответствующий суммарному объему доходов бюджета и поступлений источников финансирования его дефицита, уменьшенных на суммы выплат из бюджета, связанных с источниками финансирования дефицита бюджета и изменением остатков на счетах по учету средств бюджетов» [1].

Бюджетная сбалансированность неразрывно связана с устойчивостью бюджета, т.е. «такое его состояние, при котором обеспечивается нормальное функционирование органов власти, появляется возможность выполнения ими своих обязательств, создаются условия для сбалансированного развития экономики и социальной сферы» [4].

Для определения уровня финансовой сбалансированности, устойчивости и самодостаточности бюджетов муниципального образования, необходимо установить обоснованность бюджетной политики, проводимой местной администрацией, с точки зрения социальной ответственности. Необходимо провести оценку финансового состояния бюджета, которая позволит установить обоснованность бюджетной политики, проводимой местной администрацией, с точки зрения социальной ответственности.

Несбалансированность бюджета выражается в виде превышения доходов над расходами (профицит бюджета) и превышением расходов над доходами (дефицит бюджета). Способы устранения профицита и дефицита различны, т.к. определить дополнительные направления расходов бюджета гораздо проще, чем изыскать дополнительные источники доходов. Регулирование профицита и дефицита бюджета также различное.

Допускать наступления профицита бюджета нецелесообразно. Поэтому при превышении доходов над расходами нужно отказаться от запланированной ранее продажи муниципальной собственности, повысить отчисления на погашение долговых обязательств бюджета. Можно снизить налоговую нагрузку, а также увеличить расходы бюджета по основным статьям.

Бюджетный дефицит является нежелательным явлением. Его финансирование на основе денежной эмиссии гарантированно ведет к инфляции, с помощью не эмиссионных средств - к росту государственного долга.

Обеспечение сбалансированности муниципальных бюджетов осуществляется за счет следующих методов:

- обеспечения роста бюджетных доходов;
- увеличения результативности расходов бюджета;
- привлечения заемных средств.

Актуальной проблемой для местного самоуправления является обеспечение роста доходной части муниципального бюджета. На формирование доходной части муниципальных бюджетов влияет комплекс многообразных факторов. Все факторы влияющие на формирование доходной части муниципальных бюджетов, можно разделить на две группы:

1. Внешние факторы, к которым относятся:
социально-экономические условия и социально-экономическая политика государства;
региональная политика проведения муниципальных реформ;

уровень регионального социально-экономического развития той территории, на которой расположено муниципальное образование;

утвержденный порядок распределение доходов от налогообложения между разными уровнями бюджетной системы;

налоговая политика, реализуемая государством;

применяемая методика финансовой поддержки муниципальных образований;

состав налоговых преференций на федеральном и региональном уровне; нормы налогового права, включая налоговое администрирование полномочий налоговых органов;

ограничительная политика в отношении прав муниципалитетов в сфере налогообложения, включая возможность установления элементов местных налогов.

2. Внутренние факторы, к которым относятся:

структура и динамика обобщенного экономического потенциала муниципалитета, выраженного в виде совокупности природных ресурсов, предпринимательского потенциала, трудовых ресурсов;

тактика и стратегия финансового управления муниципальным образованием;

уровень развития инфраструктуры социального назначения и муниципального хозяйства;

доля теневой экономики в экономике муниципалитета;

уровень культуры в сфере налогообложения;

специфика администрирования бюджетных доходов неналогового характера;

преференции неналогового и налогового характера, предоставляемые на муниципальном уровне;

профессионализм и компетенция органов муниципального управления.

Внешние факторы влияют на формирование доходной части муниципальных бюджетов через систему региональных и федеральных механизмов воздействия. В состав внешних факторов включаются исходные условия существования и развития конкретного муниципального образования. Отличительна особенность этой группы факторов - отсутствие возможности у органов муниципальной власти оказывать влияние на них.

Внутренние же факторы поддаются влиянию со стороны органов муниципального управления, которые сосредотачивают свои усилия на их использовании.

Процесс обеспечения роста результативности расходов бюджета - основной метод обеспечения сбалансированности муниципальных бюджетов. Органам муниципального управления необходимо обеспечивать максимально эффективное использование этих средств в соответствии с приоритетами развития муниципального образования. Муниципальные власти должны отказываться от политики урезания статей бюджетных расходов, приводящей к ухудшению качества муниципальных услуг.

Также органы муниципального управления должны обеспечивать оптимальное расходование средств в пределах имеющихся ограниченных ресурсов. Система муниципального заимствования включает в себя привлечение долговых обязательств, которые осуществляются за счет выпуска муниципальных ценных бумаг, привлечения кредитных ресурсов в бюджет муниципалитетов из бюджетов других уровней или от кредитных организаций.

Комплексный анализ сбалансированности бюджета городского округа Навашинский показал общую сбалансированность муниципального бюджета. Баланс достигается за счет привлечения возвратных финансовых ресурсов. Собственные источники финансирования расходов не покрывают расходы бюджета. Бюджет зависит от безвозмездных поступлений и отчислений по федеральным налогам и сборам. Исполнение бюджетов муниципального образования за 2017-2019 годы близко к запланированным показателям. В структуре расходов наибольшие расходы социальной направленности (социальная политика, образование, культура здравоохранение).

Для повышения устойчивости и сбалансированности бюджета муниципального образования городского округа Навашинский необходимо разграничить между уровнями бюджетной системы доходные и расходные полномочия. Повысить эффективность механизмов бюджетного выравнивания, а также роль налоговых и неналоговых доходов муниципального бюджета.

Таким образом, для повышения эффективности функционирования бюджетного сектора управление сбалансированностью бюджета муниципального образования должно осуществляться в условиях расширения бюджетной самостоятельности и ответственности местных органов власти.

Литература

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации (БК РФ) от 31.07.1998 N 145-ФЗ (принят ГД ФС РФ 17.07.1998) (действующая редакция от 29.12.2014) // ГАРАНТ. РУ. 2015. URL: <http://base.garant.ru/12112604/> (дата обращения: 10.02.2015).
2. Зубова Н.В., Ворожбит О.Ю. Методы обеспечения сбалансированности местных бюджетов// Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2014. – № 11-4. – С. 630-633;
3. Замятина Н. В. О повышении устойчивости региональных и местных бюджетов // Региональная экономика: теория и практика. 2017. № 7 (238). С. 37-44.
4. Коротина Н. Ю. Методика анализа финансового состояния бюджетов муниципальных образований // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. 2014. № 17 (353). С. 17-27.
5. Родионова В. М. Сбалансированность бюджетов: теоретический и правовой аспекты // Финансы. 2015. № 4. С. 546.

Жидоморова Н.А.

*Научный руководитель: к.э.н., доцент И.В. Терентьева
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
E-mail: Kna7510@yandex.ru*

Сущность и функции инвестиций предприятия

Значение инвестиций для развития современной экономики неопределимо, поскольку они необходимы как для текущего производства и воспроизводства, так и для реализации фундаментальных и прикладных исследований, продвижения инноваций, финансирования международных проектов. Эффективная инвестиционная деятельность служит основным рычагом подъема экономики.

В современном мире невозможно представить государство, экономика которого существует без инвестиционной деятельности. История инвестиций – это длинный исторический период. Становление процесса инвестирования в России проходило поэтапно, можно выделить три этапа [1]:

Первый этап – до 20-х XX столетия характеризуется тем, что главными ресурсами правительства страны являются займы у частных лиц, кредитных компаний, монастырей. В 1762 году императрица Екатерина II купила 24 акции акционерной фирмы, занимающейся торговлей на территории Средиземноморья. Инвестированием в разные сферы занимались исключительно высшие сословия империи, в особенности помещики специализировались на таком варианте заработка. Следует отметить, что такого рода инвестиционный инструмент в недвижимость, использовался впервые именно в Царской России.

Второй этап – начало XX века. Для данного этапа характерны монополизация рынка, массовое открытие банков. Свободные средства чаще всего размещались в виде кредитов. Происходит стремительное развитие промышленности, расширение границ торговой отрасли. Более того, в этот период привлекаются иностранные инвестиции. Именно в эти годы открываются заводы, промышленные цехи под воздействием иностранного инвестирования.

Третий этап – советский период. С приходом к власти большевиков система частного инвестирования была полностью уничтожена, так как все решения принимались государственными органами. Возврат к свободному инвестированию был осуществлен только в период НЭПа, но после остановлен. Инвестиционные процессы ассоциировались со спекуляцией и были под запретом.

Четвертый этап – с 1992 года по настоящее время. Происходит возрождение экономики, что обусловлено притоками инвестиций от иностранных вкладчиков и граждан, которые целенаправленно инвестируют в разные отрасли.

Видим, что становление и развитие инвестирования достаточно динамично, независимо от эпохи и государства.

Сегодня существуют различные модификации определений понятия «инвестиции», которые отражают множество подходов к пониманию их сущности. Разные авторы понимают под инвестициями:

- процессы вложения капитала с целью его дальнейшего увеличения. Так, например, Федоренко В.Г. отмечает, что прирост капитала в результате его инвестирования является компенсацией за риск потерь от инфляции и неполучение процентов от банковских вложений капиталу [1]. Данное определение корректно и прозрачно, поскольку оно отражает все ключевые характеристики инвестиций и дает полное понимание сущности инвестиций;

- сбережения. Например, такое трактование использует в своих трудах Дж. М. Кейнс, отмечая, что сбережения и инвестиции должны быть одинаковыми в том, что каждое из них равно превышению дохода над потреблением [2]. Такой же точки зрения придерживается и Ковалев В.В., который считает, что инвестиции — это сбережения, но не все сбережения становятся инвестициями, а только те, которые прямо или косвенно используются для

расширения производства, с целью получения дохода в будущем [3]. Плюсом этого подхода есть определенная граница между инвестициями и сбережениями;

- деятельность инвестора. Так, Воронцовский А.В. отмечает, что инвестиции как деятельность инвестора направлена на достижение своих долгосрочных целей, не связанных с текущим потреблением [4]. Здесь делается акцент исключительно на долгосрочности;

- денежные средства, целевые банковские вклады, паи, акции и другие ценные бумаги, технологии, оборудование, лицензии, интеллектуальные ценности. Так, с точки зрения Борисова А.Б., инвестиции – это всё вышеперечисленное, вкладываемое в объекты предпринимательской и других видов деятельности в целях получения прибыли или достижения социального эффекта [5]. Это определение считаем более развернутым из всех перечисленных. К тому же автор характеризует возможность вложения ресурсов во всех формах и отмечает, что инвестиции могут осуществляться не только в денежной форме.

Рассмотрев понятия «инвестиции», мы пришли к выводу, что более полным являются трактовки данные Борисовым А.Б., Федоренко В.Г. Приведенные этими авторами определения, дают наиболее полное понимание экономической сущности инвестиций.

Инвестиции как экономическая категория выполняют ряд важнейших функций, без которых невозможно нормальное развитие экономики государства. В экономической теории выделяют следующие основные функции инвестиций [1]:

- распределительная функция трактуется так: выбирая, куда вкладывать деньги или активы, предприниматель или государство способствует развитию одной отрасли сильнее, чем другой. На примере это выглядит следующим образом: с зарубежной электроникой и автомобилями отечественные не могут конкурировать, предпринимателю выгоднее вкладывать деньги во что-то другое;

- регулирующая: инвестиции осуществляются глобально и затрагивают смежные отрасли экономики. Строительство нового завода предполагает создание новых рабочих мест, прокладку дорог, баз отдыха, создание необходимой инфраструктуры.

- стимулирующая: инвестирование предполагает вложение денег в улучшение. Оптимизируется наука, технологии, уровень образования, и как следствие, повышается качество жизни и благосостояние страны.

- индикативная: функция, тесно связанная с процессами наращивания капитала и поддержанием баланса открытой экономической системы.

Литература

1. Федоренко В.Г. Инвестирование: Учебник. – 3-ий вид , дополн. –К.: МАУП, 2015. – 480 с. : Библиография.: с. 470 – 472.
2. Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег//Антология экономической классики – М, 1993 – 362с.
3. Ковалев В.В. Методы оценки инвестиционных проектов – М: Финансы и статистика, 2016 – 144 с.
4. Воронцовский А.В. Инвестиции и финансирование. Методы оценки и обоснования – СПб.: ИД Санкт- Петербургского государственного университета, 2015. – 528 с.
5. Борисов А.Б. Большой экономический словарь // Изд. 2-е, перераб. и доп. - Москва : Книжный мир, 2016. - 543 с.

Зайцева Н.А.

*Научный руководитель: ст. преподаватель У.В. Колесникова
Муromский институт (филиал) федерального государственного образовательного
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
E-mail: pichughina.88@mail.ru*

Экономическая эффективность деятельности предприятия: сущность, методы оценки и пути повышения

Важным показателем успешности любого предприятия является эффективность его деятельности. Акцент на данной экономической категории делают многие как отечественные, так и зарубежные ученые.

Существует множество точек зрения относительно того, что же представляет собой эффективность. В таблице 1 представлены некоторые из них.

Таблица 1 – Сравнительная характеристика понятия «экономическая эффективность»

Автор	Определение
О.А. Агеева	Эффективность – это «соотношение показателей результата (эффекта) и затрат (или суммы ресурсов), используемых для его достижения» [1]
В.В. Ковалев, В.В. Новожилов	эффективность – это «относительный показатель, соизмеряющий полученный эффект с затратами или ресурсами, использованными для достижения данного эффекта» [2, с. 378; 4]
К. Макконнелл, С. Брю	«эффективность характеризует связь между количеством единиц редких ресурсов, которые используются в процессе производства и получаемым в результате количеством какого-либо продукта» [3, с. 39]
О.А. Минаева	«Экономическая эффективность предприятия – результативность осуществляемых видов деятельности в соответствии с целями инновационного развития экономической системы, выражаемая отношением эффекта к затраченным ресурсам, при оптимизации стоимости» [7]
С.В. Хайниш	«Эффективность – свойство, связанное со способностью организации в рамках нормативной системы общественных ценностей формулировать и достигать цели в соответствии с предъявляемыми потребностями в виде результатов, соотносенных с затратами, путем использования соответствующих средств и с учетом условий ее функционирования» [5, с. 49]
С.С. Шаталин	«эффективность – выполнение плановых заданий по объему и структуре выпускаемой продукции в натуральном выражении при минимуме затрат на ее производство» [6, с. 7]

Анализ представленной таблицы позволяет сделать вывод, что большинство авторов рассматривают эффективность как соотношение полученного результата и затрат, связанных с его достижением.

Отметим также, что до сих пор отсутствует единая методика оценки экономической эффективности.

Проведенный обзор литературы по теме показал, в целом, сложилось два подхода к оценке:

- 1) упрощенный;

При использовании данного подхода рассматриваются лишь финансовые аспекты деятельности предприятия (структура баланса, финансовое состояние, устойчивость и платежеспособность).

2) комплексный.

Сторонники второго подхода считают, что методика анализа экономической эффективности должна учитывать специфику всех сфер деятельности, осуществляемых предприятием.

По нашему мнению, второй подход является более рациональным, поскольку позволяет оценить эффективность с разных сторон.

Определим наиболее значимые направления анализа экономической эффективности деятельности предприятия:

- 1) оценка финансового состояния;
- 2) оценка эффективности использования производственных ресурсов;
- 3) оценка эффективности использования трудовых ресурсов;
- 4) оценка эффективности использования ресурсного потенциала;
- 5) анализ показателей прибыли и рентабельности.

Несмотря на разные взгляды, все авторы подчеркивают необходимость выявления факторов и ключевых направлений повышения экономической эффективности деятельности организации, среди которых можно выделить следующие:

- 1) использование инноваций в деятельности предприятия;
- 2) повышение кадрового потенциала;
- 3) совершенствование системы мотивации персонала;
- 4) внедрение инструментов и методов бережливого производства;
- 5) модернизация основных средств;
- 6) снижение себестоимости, в том числе за счет снижения постоянных расходов и многие другие.

Литература

1. Агеева О.А. Бухгалтерский учет и анализ: учебник для студентов вузов / О.А. Агеева, Л.С. Шахматова. – М.: ЮРАЙТ, 2013. – 419 с.
2. Ковалев, В. В. Финансовый анализ: методы и процедуры / В. В. Ковалев. - М.: Финансы и статистика, 2002. – 767 с.
3. Макконнелл, К. Экономикс: принципы, проблемы и политика / К. Макконнелл, С. Брю. Т. 1. - М.: Республика, 1992. – 431 с.
4. Новожилов, В. В. Проблемы измерения затрат и результатов при оптимальном планировании / В. В. Новожилов. – М.: Наука, 1972. – 432 с.
5. Хайниш, С. В. Нестандартные ситуации: практикум для хозяйственных руководителей / С. В. Хайниш. - М.: Экономика, 1992. – 206 с.
6. Шаталин, С. С. Об оценке конечных результатов функционирования социалистической экономики / С. С. Шаталин // Известия АН СССР. Сер. Экономика. - 1981. - № 5. – С. 6-15.
7. О.А. Минаева. Экономическая эффективность предприятия в современных условиях // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2015. - №4. – С. 41-43 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25672556> (дата обращения 10.10.2019).

Ильина А.А.

*Научный руководитель: д.т.н., профессор Л.И.Шулятьева
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23*

Экономический механизм обновления основных средств предприятий

Развитие экономики страны в значительной степени зависит от процесса модернизации основных средств предприятий реального сектора. В настоящее время в России острой проблемой является процесс импортозамещения продукции и услуг зарубежных стран отечественными аналогами. Падение спроса на импортную продукцию и услуги возможно лишь при условии взаимодействия субъектов рыночных отношений на основе понятных и объективных критериев. Для предприятий и организаций реального сектора экономики основным замедляющим фактором развития мощностей является непредсказуемость и высокие риски экономической среды. Для выявления основных направлений обновления основных фондов рассмотрим понятие «экономический механизм обновления основных средств».

Под экономическим механизмом обновления основных средств понимают совокупность экономических отношений и организационно-технологических инструментов хозяйственной деятельности, которые применяются в процессе эксплуатации и модернизации основных фондов.

Реализация механизма обновления основного капитала предполагает выполнение следующих мероприятий:

- выявление необходимой потребности в обновлении и модернизации основных фондов, которое происходит на основании анализа показателей технического состояния, экономической эффективности текущей эксплуатации, капитального ремонта и модернизации;
- выбор поставщика необходимых основных средств в рамках реализации инвестиционной стратегии (важным критерием отбора поставщика является наличие дальнейшего сервиса в течении периода эксплуатации основных фондов;
- выбор оптимальных источников финансирования обновления основного капитала предприятия. Выбор источника финансирования происходит на основании наименьшей стоимости использования средств для предприятия (наименьшая сумма процентов).

Естественно, экономический механизм обновления основных средств может быть эффективным и неэффективным. Под эффективным экономическим механизмом обновления основных средств понимают такой механизм, который обеспечит оптимальное соотношение между затратами и реально полученными результатами в данных конкретных условиях.

Применение на предприятии эффективного механизма обновления основных средств упрощает процесс планирования закупочных процедур. Это позволяет производителям составлять планы по загрузке мощностей под будущую потребность потребителей.

Применение эффективного механизма также позволяет производителям быстро реагировать на не востребованность продукции, например, при появлении более современных аналогов у конкурентов, путем репрофилирования деятельности предприятия.

Итак, применение вышеописанных мероприятий, которые являются составляющими экономического механизма обновления основных средств, помогает стабильному развитию предприятий реального сектора, а именно нахождению таких способов обновления основного капитала, которые являются эффективными.

Литература

1. Варламова, Т.П. Финансовый менеджмент: Учебное пособие / Т.П. Варламова, М.А. Варламова. - М.: Дашков и К, 2015. - 304 с.
2. Кириченко, Т.В. Финансовый менеджмент: Учебник / Т.В. Кириченко. - М.: Дашков и К, 2016. - 484 с.
3. Румянцева, Е.Е. Финансовый менеджмент: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е.Е. Румянцева. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 360 с.

Коробкова И.В.

Научный руководитель: к.э.н., доцент И.В. Терентьева

*Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
E-mail: ignatievaiv@yandex.ru*

Осуществление закупок товаров, работ, услуг для обеспечения муниципальных нужд в Муромском районе

Закупки товаров, работ, услуг для муниципальных нужд, регламентированные Федеральным законом от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» [1], являются одним из важнейших инструментов муниципальной политики, поскольку позволяют удовлетворить нужды муниципального района, а также граждан, проживающих на его территории.

На основании информации, размещенной на официальном сайте Единой информационной системы в сфере закупок [2], проведем анализ данных, характеризующих процесс осуществления закупок для муниципальных нужд в Муромском районе. Сведения о количестве осуществленных закупок в разрезе конкурентных способов определения поставщиков (подрядчиков, исполнителей) в Муромском районе представим в таблице 1.

Таблица 1 – Количество осуществленных закупок в разрезе конкурентных способов определения поставщиков (подрядчиков, исполнителей) в Муромском районе за 2016-2018 гг.

Показатели	За 2016 г.		За 2017 г.		За 2018 г.		Изменение			
	шт.	%	шт.	%	шт.	%	2017 г. к 2016 г.		2018 г. к 2017 г.	
							шт.	%	шт.	%
Количество осуществленных закупок, в том числе:	99	100,00	82	100,00	96	100,00	-17	-17,17	14	17,07
путем проведения конкурса	8	8,08	3	3,66	1	1,04	-5	-62,50	-2	-66,67
путем проведения аукциона	66	66,67	67	81,71	86	89,58	1	1,52	19	28,36
путем проведения запроса котировок	24	24,24	12	14,63	9	9,38	-12	-50,00	-3	-25,00
путем проведения запроса предложений	1	1,01	0	0,00	0	0,00	-1	-100,00	0	-

На протяжении всего отчетного периода самым распространенным способом определения поставщиков (подрядчиков, исполнителей) является аукцион, при этом количество осуществленных закупок данным способом возрастает (в 2016 году – 66 закупок, в 2017 году – 67 закупок, в 2018 году – 86 закупок). Увеличение количества закупок, проводимых путем аукциона, является положительным показателем, поскольку данный способ является приоритетным.

Запрос котировок также является часто употребляемым способом определения поставщика, хотя его динамика отрицательна (2016 год – 24 закупки, 2017 год – 12 закупок, 2018 год – 9 закупок).

Реже проводятся конкурсы (2016 год – 8 закупок, 2017 год – 3 закупки, 2018 год – 1 закупка). Наименее применяемым способом осуществления закупок является запрос предложений (в 2016 году – 1 закупка, в 2017 и 2018 годах – не применялся).

Проведем анализ объема закупок товаров, работ, услуг для муниципальных нужд в Муромском районе за 2016-2018 гг. в таблице 2.

Абсолютное значение совокупного объема закупок в 2017 году увеличилось на 12,35% и составило 156 155,64 тыс. руб., в 2018 году снизилось на 11,53% и составило 138 152,89 тыс. руб.

Таблица 2 - Объем закупок товаров, работ, услуг для муниципальных нужд в Муромском районе за 2016-2018 гг.

Показатели	За 2016 год		За 2017 год		За 2018 год		Изменение			
							2017 г. к 2016 г.		2018 г. к 2017 г.	
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
Совокупный годовой объем закупок	138 993,24	100,00	156 155,64	100,00	138 152,89	100,00	17 162,40	12,35	-18 002,75	-11,53
Закупки у единственного поставщика	86 972,55	62,57	66 459,79	42,56	59 436,06	43,02	-20 512,76	-23,59	-7 023,73	-10,57
Заявленная сумма по закупкам	52 020,69	37,43	89 695,85	57,44	78 716,83	56,98	37 675,16	72,42	-10 979,02	-12,24
Сумма, сложившаяся по результатам осуществленных закупок	42 075,89	80,88	85 551,56	95,38	67 347,27	85,56	43 475,67	103,33	-18 204,29	-21,28
Экономия бюджетных средств и внебюджетных источников финансирования	9 944,80	19,12	4 144,29	4,62	11 369,56	14,44	-5 800,51	-58,33	7 225,27	174,34

В 2016 году объем закупок у единственного поставщика составил 86 972,55 тыс. руб., в 2017 году снизился на 23,59% или 20 512,76 тыс. руб., в 2018 году снизился на 10,57% или на 7 023,73 тыс. руб. и на конец отчетного периода составил 59 436,06 тыс. руб. Снижение объема закупок у единственного поставщика является положительным показателем, так как применение данного способа ведет к ограничению конкуренции.

Одной из приоритетных задач контрактной системы в сфере закупок является эффективное расходование бюджетных средств. Соответственно, одним из ключевых показателей эффективности осуществления закупок является показатель экономии бюджетных средств и внебюджетных источников финансирования.

Значение показателя экономии не является четко регламентированным. Однако в случае, если его значение менее 5%, это говорит о низкой экономической эффективности закупки. С другой стороны, снижение начальной (максимальной) цены контракта более, чем на 25%, может свидетельствовать о неграмотном расчете заказчиком начальной (максимальной) цены контракта или же повлечь за собой снижение качества закупаемого товара (работы, услуги). В таком случае, закупка также будет признана неэффективной, поскольку низкое качество закупленного товара (работы, услуги) может, в конечном итоге, повлечь за собой дополнительные расходы.

В 2016 году экономия по закупкам составила 19,12%, в 2017 году наблюдается достаточно низкий процент экономии – 4,62%, в 2018 году экономия составляет 14,44%.

Таким образом, на основании полученных результатов можно судить об удовлетворительной эффективности осуществления закупок в Муромском районе в отчетном периоде.

Изучение имеющегося опыта, используемых механизмов закупок в отдельных муниципальных образованиях позволяет определить тенденции развития контрактной системы, выявить ее сильные и слабые стороны, а также разработать мероприятия по повышению ее эффективности.

Литература

1. Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд». - Режим доступа: <https://internet.garant.ru>
2. Официальный сайт Единой информационной системы в сфере закупок. – Режим доступа: <https://zakupki.gov.ru>

Коробкова И.В.

*Научный руководитель: к.э.н., доцент И.В. Терентьева
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
E-mail: ignatievaiv@yandex.ru*

Принцип профессионализма заказчика в контрактной системе в сфере закупок для обеспечения государственных и муниципальных нужд

Контрактная система в сфере закупок основывается на ряде принципов, одним из которых является принцип профессионализма заказчика.

В статье 9 Федерального закона от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» (далее - Федеральный закон) закреплены основы данного принципа, которые подразумевают, что заказчик осуществляет свою деятельность в сфере закупок на профессиональной основе с привлечением квалифицированных специалистов, обладающих необходимыми теоретическими знаниями и практическими навыками, а также принимает меры по поддержанию и повышению уровня квалификации соответствующих специалистов [1]. Это формирует установленный законом круг обязанностей заказчика.

В 2015 году Министерство экономического развития РФ и Министерство науки и образования РФ разработали Методические рекомендации по реализации дополнительных профессиональных программ повышения квалификации в сфере закупок [3]. Данные рекомендации подготовлены специально для организаций, осуществляющих образовательную деятельность по дополнительным профессиональным программам повышения квалификации в сфере закупок, а также для заказчиков при закупке образовательных услуг в сфере закупок.

Стоит отметить, что в процессе закупок со стороны заказчика принимают участие разного рода специалисты. Федеральный закон закрепляет правовой статус контрактного управляющего, члена контрактной службы, члена комиссии по осуществлению закупок, члена приемочной комиссии, эксперта.

В случае, если совокупный годовой объем закупок заказчика не превышает сто миллионов рублей и у заказчика отсутствует контрактная служба, заказчик назначает контрактного управляющего. Полномочия контрактного управляющего охватывают весь цикл закупки, начиная с ее планирования и заканчивая исполнением контракта.

В статье 38 Федерального закона установлены квалификационные требования к членам контрактной службы /контрактному управляющему: они должны иметь высшее образование или дополнительное профессиональное образование в сфере закупок. Это минимальные требования, выполнение которых должен обеспечить заказчик.

В отношении члена комиссии по осуществлению закупок Федеральным законом также установлены квалификационные требования. В частности, заказчиком в состав комиссии по осуществлению закупок включаются преимущественно лица, прошедшие профессиональную переподготовку или повышение квалификации в сфере закупок, а также лица, обладающие специальными знаниями, относящимися к объекту закупки. Кроме того, при определении членов закупочной комиссии заказчик должен исключить возможность конфликта интересов [1].

Таким образом, к члену комиссии по осуществлению закупок установлены более высокие квалификационные требования чем к контрактному управляющему: обязательное наличие квалификации в сфере закупок.

Под экспертом в Федеральном законе понимается обладающее специальными познаниями, опытом, квалификацией физическое лицо, индивидуальный предприниматель, либо юридическое лицо, которые осуществляют на основе договора деятельность по изучению и оценке предмета экспертизы [1].

Установленные Федеральным законом минимальные квалификационные требования к должностным лицам, участвующим в осуществлении закупок, обязательны для соблюдения заказчиком и обеспечивают реализацию основ принципа его профессионализма.

Данный принцип получил дополнительное развитие с принятием Минтрудом РФ в 2015 году профессионального стандарта «Специалист в сфере закупок» [2], который ввел уровни квалификации специалистов, перечень трудовых функций, требования к образованию, занимаемой должности и опыту работы. В части требований, выходящих за рамки Федерального закона, стандарт носит рекомендательный характер.

Развитие рассматриваемого вопроса в сфере правового регулирования контрактной системы свидетельствует о его актуальности и высоком практическом значении. Вопрос профессионализма заказчика является одной из важных проблем правоприменительной практики в сфере закупок, поскольку во многом именно от профессионализма заказчика зависит эффективность осуществляемых закупок.

Литература

1. Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд». - Режим доступа: <https://internet.garant.ru>
2. Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 10.09.2015 № 625н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист в сфере закупок». - Режим доступа: <https://internet.garant.ru>
3. Письмо Министерства экономического развития РФ и Министерства образования и науки РФ от 12 марта 2015 г. №№ 5594-ЕЕ/Д28и, АК-553/06 «О направлении методических рекомендаций». - Режим доступа: <https://internet.garant.ru>

Кузьмина А.А

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Е.В. Родионова**Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»**602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23**E-mail: alinakuzmina288@gmail.com*

Современные тенденции развития рынка телекоммуникаций в России

Своевременная передача информации – основа стабильного функционирования множества отраслей промышленности и сельского хозяйства. Современное информационное общество активно использует различные средства связи для обмена большим количеством информации в сжатые сроки.

Согласно Федеральному закону «О связи» от 07.07.2003 г. №126-ФЗ «средства связи – технические и программные средства, используемые для формирования, приема, обработки, хранения, передачи, доставки сообщений электросвязи или почтовых отправлений, а также иные технические и программные средства, используемые при оказании услуг связи или обеспечении функционирования сетей связи, включая технические системы и устройства с измерительными функциями» [1].

Выделяют следующие виды телекоммуникационных систем:

- телеграфная связь;
- телефонная связь;
- радиосвязь;
- спутниковая связь;
- компьютерные сети.

По данным на 1 января 2019 г. на российском рынке действуют 3666 организаций, ведущих свою деятельность в области информации и связи. Объем телекоммуникационных услуг населению в 2018 году составил 1329650 млн. руб., что на 4,05% больше, чем в 2017 году.

На 31.12.2018 г. в России зарегистрировано 289,1 млн. абонентов мобильной связи, что на 5 млн. абонентов меньше по сравнению с 2017 годом. Стоимость услуг мобильной связи в 2018 году составила 1,58 руб. за минуту разговора (в 2017 г. - 1,39 руб.). Абонентская плата за пользование домашним телефоном в 2018 году составила 452,13 руб. в месяц и подорожала на 5,49 руб. по сравнению с 2017 годом [3].

В 2018 году было передано и получено по сети Интернет 35,5 эксабайт информации, что на 2,3 эксабайта больше по сравнению с 2017 годом. Доходы от оказанных услуг по оказанию доступа к сети Интернет в 2018 году составили 376,2 млрд. руб., что на 73,2 млрд. руб. больше, чем в 2017 году.

Тем не менее, несмотря на хорошую динамику показателей роста рынка телекоммуникационных услуг, уровня обеспеченности населения услугами связи, российские операторы связи в последние годы столкнулись с проблемами, которые существенным образом повлияли на экономические и финансовые показатели их деятельности, а также стоимость акций на рынке:

- кризисные явления в российской экономике привели к снижению доходов населения, следовательно, к падению доходов операторов связи;
- российские потребители услуг связи достаточно часто меняют одного оператора на другого, и поэтому стоимость привлечения нового абонента оказывается выше, чем доходы от данных абонентов в рамках его жизненного цикла. Это ограничивает операторов связи в маркетинговых инструментах;
- рост популярности мессенджеров (Skype, What's up, Viber и т. п.), которые обеспечивают передачу основных услуг посредством сети Интернет, приводит к снижению доходов операторов сотовой связи.

На основании изученных тенденций предлагаются следующие направления развития организаций телекоммуникационной сферы:

- расширение потребительских сегментов за счет вывода на рынок новых узкоспециализированных нишевых проектов, например, путем создания новых виртуальных операторов связи в качестве дополнительных услуг для ритейла, банковской сферы и иных отраслей;

- разработка новых программных продуктов, реализуемых с применением систем мобильной передачи данных. Так, крупным корпорациям можно предложить систему управления трафиком и технологии больших данных (Big Data) для анализа поведенческих моделей клиентов;

- освоение новых для данной отрасли услуг, например, мобильного кредитования [2].

Таким образом, телекоммуникационные компании должны быть клиентоориентированными, уделять повышенное внимание предоставлению качественных, надежных и доступных по цене услуг.

Литература

1. Федеральный закон от 07.07.2003 г. №126-ФЗ «О связи»
2. Гапоненко Т. В., Жуковский Д. А. Тенденции развития российского рынка телекоммуникационных услуг // Вестник Бурятского государственного университета. Экономика и менеджмент. - 2019. - № 2. - С. 8-16.
3. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики URL <https://www.gks.ru/> (дата обращения 16.03.2020)

Морозова Ю.В.

*Научный руководитель: к.э.н., доцент В.В. Федина**Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»**602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23**E-mail: morozowa.dzhulija2013@yandex.ru*

Показатели деятельности предприятий и организаций розничной торговли в Российской Федерации

Розничная торговля связующее звено в отношении производителей и потребителей, что говорит о ее значимости в экономике России. Одним из важнейших показателей оценки состояния розничной торговли является совокупный товарооборот [1].

Рассмотрим динамику и структуру оборота розничной торговли в России по месту продаж и по видам продукции.

Таблица 1 – Динамика и структура оборота розничной торговли по месту продаж

Показатель	Оборот, трлн. руб.				уд. вес, %		
	2017 г.	2018 г.	2019 г.	Изменение	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Места продаж вне рынка	26298	27880	29799	3501	93,12	93,73	94,36
Рынки и ярмарки	1943	1866	1780	-163	6,88	6,27	5,64
Итого	28241	29746	31579	3338	100	100	100

Таблица 2 – Динамика и структура оборота розничной торговли по видам продукции

Показатель	Оборот, трлн. руб.				уд. вес, %		
	2017 г.	2018 г.	2019 г.	Изменение	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Пищевые продукты, включая напитки и табачные изделия	13717	14403	15055	1338	48,57	48,42	47,67
Непродовольственные товары	14524	15343	16524	2000	51,43	51,58	52,33
Итого	28241	29746	31579	3338	100	100	100

Таким образом, на рынке розничной торговле преобладают организации и индивидуальные предприниматели, которые осуществляют свою деятельность вне рынка, так как удельный вес их товарооборота в общем объеме составлял более 90% в рассматриваемом периоде. Стоит также отметить что сумма оборота данных розничных продавцов увеличилась на 3501 трлн. руб. Тогда, когда сумма товарооборота продавцов, осуществляющих свою деятельность на рынках и ярмарках снизилась на 163 трлн. руб. Это говорит о том, что потребители предпочитают осуществлять покупки в магазинах, супермаркетах, торговых центрах.

При анализе розничного товарооборота по видам продаваемой продукции, было выявлено, что оборот продовольственных и непродовольственных товаров почти равны, но все же сумма товарооборота непродовольственных товаров выше – 51,43%, 51,58%, 52,33% соответственно по годам. Стоит отметить, что в 2019 году произошел рост товарооборота продовольственных товаров на 1338 трлн. руб. и непродовольственных товаров на 2000 трлн. руб., по сравнению с 2017 годом.

Также рассмотрим товарооборот торговых предприятий России по формам собственности (таблица 3).

Таблица 3 – Распределение оборота розничной торговли по формам собственности

Показатель	Оборот, трлн. руб.				уд. вес, %		
	2017 г.	2018 г.	2019 г.	Изменение	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Государственная и муниципальная	234	219	218	-16	0,83	0,74	0,69
Частная	24153	25538	27300	3147	85,52	85,85	86,45
Потребительской кооперации	161	147	137	-24	0,57	0,49	0,43
Другие формы	3693	3842	3924	231	13,08	12,92	12,43
Итого	28241	29746	31579	3338	100	100	100

Таким образом, на розничном рынке преобладают продавцы с частной формой собственности, товарооборот которых составляет более 85% на протяжении всего рассматриваемого периода. На втором месте находятся предприятия и организации других форм собственности, товарооборот которых составляет около 13%. Меньший товарооборот имеют предприятия потребительской кооперации (менее 1%) и государственной и муниципальной собственности (менее 1%). В динамике видно, что оборот частных предприятий вырос на 3147 трлн. руб., что еще более укрепило их положение на рынке.

Таблица 4 – Число розничных рынков и торговых мест на них

Показатель	2017 г.	2018 г.	2019 г.	Изменение
Число розничных рынков	1158	1091	1002	-156
Число торговых мест на них, тыс. ед.	311	282	262	-49
В среднем на один рынок, мест	269	258	261	-8

Таким образом, число розничных рынков в России снижается с каждым годом – 1158 в 2017 году, 1091 в 2018 году и 1002 в 2019 году, то есть на 156 ед. Это объясняется тем, что розничные потребители отдают предпочтение покупкам в магазинах, супермаркетах, торговых центрах. Рынки не выдерживают такой конкуренции.

Таблица 5 – Структура товарных ресурсов розничной торговли

Показатель	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Отечественного производства	62	65	64
Поступления по импорту	38	35	36
Итого	100	100	100

Анализ структуры товарных ресурсов предприятий розничной торговли показал, что преобладают запасы отечественного производства. Это говорит о том, что розничный рынок вполне насыщен товарами отечественных производителей и не нуждается в импорте многих товаров.

Таблица 6 – Рейтинг крупнейших розничных сетей России

Показатель	Выручка, млрд. руб. на 2018 год	Выручка, млрд. руб. на 2019 год	Темп прироста, %
X5 Retail Group (Пятерочка)	1295	1525	17,76
Магнит	1143,3	1237	8,20
Лента	365,2	413,5	13,23
Auchan Retail Россия (Ашан)	294,38	306,4	4,08
Красное & белое	215	301	40,00
Дикси	282,8	298,7	5,62
Metro Group	231,6	198,9	-14,12

На лидирующих позициях находятся две розничные сети – X5 Retail Group и Магнит. Отставание в выручке Магнита в 2019 году составляет 288 млрд. руб. Остальные розничные сети значительно уступают двум названным. При это у единственной сети (Метро) наблюдается снижение выручки в 2019 году – на 14,12%.

Таким образом, розничная торговля остается достаточно стабильной отраслью. Современные тенденции ее развития направлены на сокращение числа мелких игроков, укрепление позиций крупных розничных сетей, постепенное увеличение товарооборота, роста предпринимательской уверенности.

Литература

1. Баженов Ю.К. Розничная торговля в России. М.: ИНФРА-М, 2017. 237 с.
2. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики – URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения (20.04.2020 г.)

Наумов Д.А.

*Научный руководитель: ст. преподаватель И.В. Магера
Муromский институт (филиал) федерального государственного образовательного
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
E-mail: ya.naumov1999@yandex.ru*

Внешняя торговля Российской Федерации: состояние, проблемы и тенденции развития

За последние годы немало событий оказали влияние на внешнюю торговлю России и мирового сообщества в целом. Внешняя торговля играет большую роль в развитии нашей страны и является важным стратегическим направлением, от которого зависит положение РФ на мировой арене. Внешняя торговля оказывает влияние не только на положение России среди других стран, но и на уровень жизни населения.

Довольно долгое время Россия остается зависимой от импорта промышленных товаров, за счет продажи которых наша страна держится на мировой арене. К таким товарам относятся добываемые природные ресурсы, которых у нашей страны, за счет ее огромной территории, имеется в достаточном количестве. Говоря о динамике показателей экспорта и импорта, возьмем промежуток 2000-2019 гг.

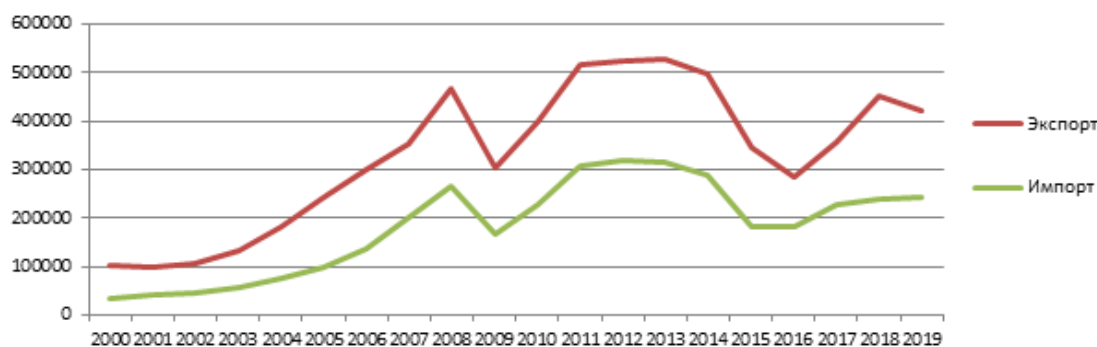


Рисунок 1 – Динамика российского экспорта/импорта, млн. долл. США

С 2000-года виден стабильный рост до 2008-го года, после чего начинается резкий спад, в связи с «великой рецессией». Далее виден резкий скачок вплоть до 2011-го года и стабильную ситуацию до 2014-го года, после которого, из-за роста других валют по отношению к рублю, наблюдается спад, вплоть до 2017-го года, после чего, ситуация вновь стабилизируется.

Данная характеристика показывает, что на развитие внешней торговли оказывается большое число факторов, как внешних, так и внутренних. К внешним факторам относится: участие в союзах, мировые цены на продаваемые ресурсы, а к внутренним: географическое положение, запас ресурсов высококвалифицированные кадры и т.д.

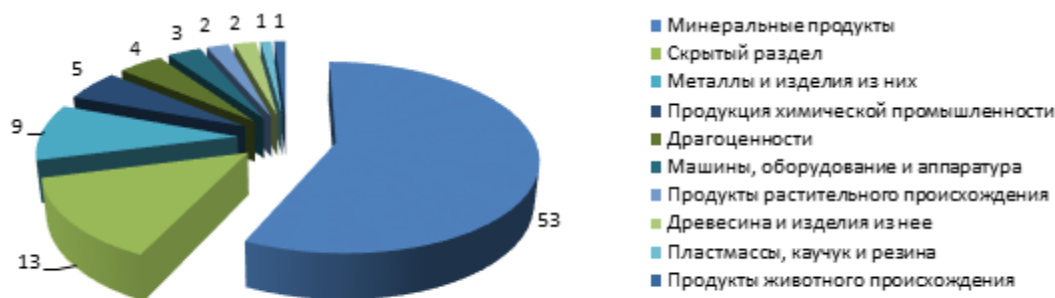


Рисунок2 – Структура российского экспорта 2019 г., %

Из данной статистики видно, что наиболее покупаемой группой товаров нашей страны, является группа: «Минеральные продукты», в частности газ, нефть и другие топливные ресурсы.

В географической структуре внешней торговли России особую роль играет Евросоюз (41,8 % российской торговли или 252,6 млрд. долл. в январе-ноябре 2019 года). Товарооборот с ЕС снизился на 6,0 %, в том числе импорт – на 1,7 %, экспорт – на 7,8 процента.

Второй группой по объему внешнеторгового оборота в январе-ноябре 2019 г. являются страны Азиатско-Тихоокеанского экономического сотрудничества (31,9 % российской внешней торговли или 193,1 млрд. долл.). Торговый оборот со странами АТЭС уменьшился на 0,7 %, в том числе экспорт снизился на 4,5%, импорт увеличился на 3,8 %.

Товарооборот со странами СНГ снизился на 1,3 % до 73,2 млрд. долл. Со странами ЕАЭС товарооборот увеличился на 0,7% до 52,2 млрд. долл.

Основными партнерами стали страны дальнего зарубежья. Среди стран ЕС, лидерами стали Германия, Нидерланды и Италия. Среди стран АТЭС стали Китай, США, Республика Корея и Япония.

В настоящее время необходимо повышать роль РФ в регулировании внешнеэкономических связей. Для этого были сформированы следующие направления реализации внешнеторговой политики РФ:

- подчинение интересов и целей всех субъектов внешней торговли общенациональным интересам;
- формирование рациональной структуры экспорта, повышение в нем доли готовых товаров и услуг;
- применение более рациональных защитных мер по пресечению санкций, демпинга, других форм недобросовестной конкуренции со стороны зарубежных субъектов;
- укрепление рубля и увеличение физического объема поставок;
- предоставление госгарантий;
- создание привлекательных условий по выводу товаров на мировой рынок;
- предоставление льготного кредитования;
- информационная поддержка и экспертные консультации.

Все эти меры способствуют не только развитию внешней торговли, но и всех форм внешней связи, росту национальной экономики, развитию социально-экономического направления страны и усилению национальной безопасности.

Литература

1. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. URL: <https://gks.ru> (дата обращения 06.03.2020 г.)
2. Официальный сайт Федеральной таможенной службы. URL:<http://customs.ru/> (дата обращения 06.03.2020г.)
3. Международные экономические отношения: плюрализм мнений в эпоху перемен: Кол. Монография / Под общ. ред. Л.С. Ревенко. - М.: МГИМО-Университет, 2017. - 608 с.

Пирогова А.М.

*Научный руководитель: д.э.н., профессор Д.В. Чайковский
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
E-mail: alex-pir.pirogova@yandex.ru*

Основные направления повышения экономической эффективности капитальных вложений

Под капитальными вложениями понимают инвестиции в основные средства, включая затраты на новое строительство, расширение, реконструкцию и техническое перевооружение действующих предприятий, приобретение машин, оборудования, инструмента, инвентаря, проектно-изыскательские работы и другие затраты.

Для оценки эффективности капитальных вложений применяют ряд методов, которые можно классифицировать по разным принципам [1]. Первый – классификация по их новизне в отечественной практике — традиционные и современные. Второй – во временном аспекте: без учета продолжительности процесса инвестирования и с учетом этого.

В рамках приведенных принципов следует различать:

а) Традиционные методы общей или абсолютной эффективности капитальных вложений без учета фактора времени.

б) Традиционные методы сравнительной эффективности капиталовложений (инвестиций) без учета фактора времени

в) Традиционные методы общей (абсолютной) и сравнительной экономической эффективности капиталовложений с учетом фактора времени или с учетом ущерба от замораживания капитала.

г) Современные методы экономической оценки эффективности капиталовложений без учета фактора времени.

д) Современные методы экономической оценки эффективности капиталовложений с учетом фактора времени.

Рассмотренные выше методы дополняют друг друга и, как правило, используются вместе.

Инвестиции являются одним из важнейших средств выхода из экономического кризиса и увеличения качественных показателей хозяйственной деятельности в России. Кроме того, показатели эффективности инвестиционной деятельности являются составляющими при определении индекса благосостояния населения региона и страны в целом. [2]

Исходя из того, что инвестициями называют долгосрочные вложения с целью получения прибыли в течение длительного времени, их необходимо использовать с большей отдачей.

Проблема эффективной инвестиционной деятельности и модернизации основного капитала российских предприятий в настоящее время остается достаточно острой. Незрелость банковского сектора, рынка облигаций, а также отсутствие доступа крупных и средних предприятий к дешевому кредиту отрицательно влияют на состояние инвестиционного климата в РФ. Кроме того, отечественный малый и средний бизнес страдает от неустойчивости прав собственности и высоких ставок кредита, а объем иностранных прямых инвестиций так и не стал значительным из-за институциональных ограничений. Следовательно, проблема эффективной инвестиционной деятельности и модернизации основного капитала российских предприятий в настоящее время остается достаточно острой.

С целью поиска решения этой проблемы в рамках проведенного исследования были обоснованы предложения по организации на промышленном предприятии города производства тротуарной плитки. Экономическое обоснование предложений показало, что проектная продукция соответствует технологии, применяемой на базовом предприятии, может быть

произведена с должным уровнем качества и конкурентоспособности по цене. Оценка влияния сделанного предложения на показатели эффективности использования основных средств свидетельствует о росте их фондоотдачи и рентабельности, следовательно, предложенный проект вносит вклад в повышение эффективности капитальных вложений предприятия.

Литература

1. Липсиц ИВ. Инвестиционный проект: Учебник / И.В. Липсиц.- М.: БЭК, 2016-с.193;
2. Несветаев Ю.П. Экономическая оценка инвестиций. – М.: МГИУ, 2015. – 198с.

Рощинова Н.А.

*Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
e-mail: n.roshinova@yandex.ru*

Разработка инвестиционной политики предприятия сферы газораспределения

Инвестиционная политика имеет значительное влияние на развитие экономических и социальных сфер.

Само слово «Инвестиции» пришло из латыни (от лат. investire, нем. investition), его значение трактуется как - вложение средств в определенные объекты, социальные и экономические проекты, как в России, так и за рубежом с целью последующего получения прибыли, выгоды и социального эффекта.

Инвестиционная политика является неотъемлемой составляющей инвестиционной стратегии предприятия. Суть ее заключается в определении и реализации более прибыльных и эффективных программ, реальных и финансовых инвестиций, направленности на повышение темпов развития предприятия, а соответственно, возрастание рыночной стоимости.

Так, целевым результатом инвестиционной политики по всем направлениям выступает тот или иной полезный эффект, положительная динамика развития, а соответственно повышение инвестиционной привлекательности предприятия.

Компании, ведущие деятельность в секторе газораспределения, разрабатывая инвестиционную политику, в большей степени делают упор на порядке реализации мер по строительству, ремонту и модернизации газораспределительных сетей. Согласно вышесказанному, разработка инвестиционной политики играет большую роль в деятельности компаний сферы газораспределения, так как вложение в реальные инвестиции является неотъемлемой частью жизнедеятельности компании.

В настоящее время порядок управления реальными инвестициями чаще всего основывается на методических аспектах системы «управления проектами». Система «управления проектами» предполагает несколько основных этапов процесса управления реальными инвестициями:

- анализ деятельности прошлых периодов;
- расчёт капитальных вложений для будущих периодах;
- подбор формы реального инвестирования, в соответствии с конкретными направлениями инвестиционной деятельности предприятия;
- разработка инвестиционных проектов;
- подробная оценка эффективности инвестиционных проектов с учетом фактора неопределенности;
- формирование инвестиционной программы предприятия, ранжирование инвестиционных проектов;
- описание реализации инвестиционных проектов и инвестиционной программы;
- контроль и мониторинг реализации проектов и инвестиционной программы.

Описанная последовательность системы управления проектами помогает определиться с учетно-аналитическим обеспечением, а также ее воплощение с помощью системы информационной поддержки бухгалтерского учета и анализа.

Литература

1. Андреева С.Ю. Процесс реализации инвестиционной политики предприятий газораспределительной отрасли и формирование на ее основе учетно-аналитической системы управления инвестициями // Инновационное развитие экономики. 2014. № 6-1 (23). С. 42-46.

Рябова А.Г.

*Научный руководитель: кандидат экономических наук, доцент Федина В.В.
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
E-mail: vssr@list.ru*

Рынок хлебобулочных изделий в России: анализ, издержки, развитие

В России огромный потенциал пищевой промышленности связан с наличием крупных баз сырья и большим количеством продукции, выпускаемой в сельскохозяйственном секторе. Сегодня пищевая промышленность в стране занимает лидирующее положение и объединяет около тридцати отраслей, которые характеризуются новейшими технологиями изготовления продукции и организации производства. [1, с.15] От результатов работы предприятий по выпуску продуктов питания зависит продовольственная и экономическая жизнь страны, качество жизни населения страны. Цель развития пищевой промышленности с точки зрения интересов нации - это обеспечение потребителей высококачественными продуктами питания. В целом, пищевая отрасль производства - стратегическая отрасль.

Хлебопекарная промышленность выполняет задачу по производству продукции первой необходимости. От эффективности развития и функционирования пищевой отрасли зависит снабжение одним из самых доступных продуктов питания для жителей страны с разным достатком.

Таблица 1 - Динамика объема производства хлебных изделий в России [4]

Вид изделия	2016г.	2017г.	2018г.	Отклонение 2018 г. к 2016г.	
				тыс. тонн	%
Хлеб и хлебобулочные изделия, в том числе, тыс. т:	6965	6829	6815	-150	97,85
Хлебобулочные изделия недлительного хранения, тыс. т	6513	6369	6325	-188	97,11
Хлебобулочные изделия длительного хранения упакованные, тыс. т	103	102	107	4	103,88
Хлебобулочные изделия пониженной влажности, тыс. т	236	240	254	18	107,63
Хлеб и изделия хлебобулочные, прочие, тыс. т	114	118	128	14	112,28

При анализе таблицы 1 наблюдается отрицательная тенденция производства хлебопекарной продукции. Общий объем выпуска продукции снизился на 440 тыс. тонн, что в относительном отклонении составляет 6 %.

Такая динамика наблюдается в основном за счет уменьшения производства продукции недлительного хранения на 491 тыс. тонн, при этом темп снижения равен 7 %. [2]

В настоящее время существует тенденция к более внимательному отношению к себе и своему здоровью, переход на, так называемое, «правильное питание», поэтому потребление хлебобулочной продукции снижается, а, следовательно, объемы производства могут уменьшиться. Разработан современный ассортимент хлебобулочных изделий для специального лечебного питания; появился широкий выбор изделий для профилактического питания, предназначенных для людей, имеющих предрасположенность к тем или иным заболеваниям. [3, с.16]

Из-за снижения реальных доходов населения существенно расширился теневой рынок муки и хлебобулочных изделий в РФ. Около 40 % общего объема производится нелегально и не охва-

тывается официальной статистикой. [5] Конкурентная борьба с контрафактом вынуждает производителей снижать цены, лишаясь части прибыли, кроме того, предприятия несут потери из-за возврата заказчиками нереализованной продукции.

В 2018 году производство муки пшеничной и ржано-пшеничной уменьшилось на 146 тыс. тонн по сравнению с 2017 годом, а выпуск хлебобулочных изделий сократился на 176 тыс. тонн.

Отрицательная динамика сохранилась и в 2019-ом - выпуск продукции уменьшился на 1% и 1,9% соответственно. В то же время, снижение реального достатка населения и рост доли бедных домохозяйств привели к росту потребления более дешевых продуктов питания, в том числе и хлеба. Хлеб, крупы и макаронные изделия в январе 2019-го составляли 23,4% минимального набора питания против 22,9% годом ранее. [5]

В хлебопекарной отрасли действуют законы конкуренции, поэтому для любого предприятия данной отрасли необходимо определить положение на рынке и свой конкурентный статус.

Эффективность конкурентной борьбы определяется улучшенными и повышенными показателями прибыли, объема товарооборота, доли на рынке, стоимости капитала акционеров, удовлетворенности потребителей, оптимального решения производственных задач, степени внедрения инноваций и др. Поставщики и потребители, работая во взаимодействии друг с другом, понимают потребность долгосрочных инвестиций, поэтому учитывают инновационную и инвестиционную составляющие, а также заинтересованность общества в деятельности предприятия. Учитывая значительный объем конкурентной деятельности, необходима разработка стратегических планов предприятия.

В 2018 году в России продажа хлеба и хлебобулочных изделий составила 679,6 млрд. руб. (2,4% от общего оборота проданных продуктов питания), а средняя цена 67,61 руб./кг.

На данный момент можно выделить основные направления развития хлебопекарного рынка: сохранение объемов потребления традиционных изделий, рост потребления европейских хлебобулочных изделий, расширение ассортимента заварных хлебобулочных изделий.

Как любой продукт, хлеб имеет срок годности. Реализовывать просроченный продукт питания покупателям торговое предприятие не имеет права, поэтому партии, у которых истек срок, возвращают обратно на хлебозаводы или утилизируют.

Некондиционный и просроченный хлеб продавец обязан уничтожить или утилизировать. Утилизация требует денежных затрат, поэтому выгоднее хлебобулочные изделия с истекшим переработки и сроком реализации сбывать по сниженной цене, например, фермерским хозяйствам. Они могут использовать такой продукт, если он не испорчен и не покрыт плесенью, в качестве корма для сельскохозяйственных животных и птиц.

На сегодняшний день магазины розничной торговли, закупающие хлеб и хлебобулочные изделия напрямую у производителей, могут вернуть продукцию, срок годности, которой, на взятый момент, истекает менее, чем через двенадцать часов и продукцию, срок годности которой истек менее двенадцати часов назад.

Большинство производителей не уделяет достаточно внимания утилизации и реализации некондиционной и просроченной продукции, которая не реализована на производстве или возвращена с точки продажи.

В связи с этим, на предприятия выпуска хлебобулочных изделий предлагается ввести практику перепродажи товара фермерским и сельскохозяйственным предприятиям. Это поможет сократить общие издержки и затраты на уничтожение путем частичной компенсации себестоимости продукции.

Данное предложение имеет конкурентное преимущество перед комбикормом для скота и птицы, так как закупать комбикорм нужно в установленном продавцом количестве (тонн, кг, мешков и проч.). Практика показывает, что полностью использовать большой объем специализированного корма не всегда возможно, поэтому предприятию, в первые полгода, предлагается перепродавать продукцию на договорной основе без установления минимального количества (основываясь на запросе заказчика или покупателя).

Самым затратным и невыгодным действием с просроченным хлебобулочным изделием для предприятия является уничтожение. Оно несет за собой затраты в виде себестоимости уничтоженной продукции и затраты на уничтожение (сжигание) производится на оборудованном месте на территории завода и требует контроля со стороны одного или нескольких сотрудников).

Для примера рассмотрено предприятие-изготовитель хлебобулочных изделий и хлеба, находящееся во Владимирской области, г. Меленки.

Средняя себестоимость продукции на рассматриваемом предприятии составляет 7,85 рублей за единицу продукции. Средний вес единицы продукции составляет 0,265 кг. Средняя производительность в 2018 году составила 162750 кг в месяц, то есть 1953000 кг в год (количество рабочих дней 247 в 2018г.). Средние месячные потери в 2018 году составили примерно 39000 кг, то есть 468000 кг за год. Так как хозяйствам продукция продается не поштучно, а на развес, целесообразно рассчитать стоимость одного килограмма продукции для перепродажи.

Себестоимость 1 кг продукции в 2018 году = 7,85 руб. / 0,265 кг = 29,62 руб./кг.

Себестоимость продукции, выпущенной в 2018 году составила 29,62 руб./кг x 1953000 кг = 57847860 рублей.

Себестоимость потерь в 2018 году = 468000 кг x 29,62 руб. = 13862160 рублей.

Доля потерь в себестоимости продукции = 13862160 руб. / 57847860 руб. x 100% = 23,96%.

При расчете экономического эффекта от перепродажи черствого и деформированного хлеба фермерским хозяйствам, нужно учитывать, что часть продукции при транзите «розничный магазин - производитель - фермер» может стать не пригодной для перепродажи, то есть, покрыться плесенью, обрести картофельную болезнь, загрязниться внешними веществами. Доля такой продукции при расчетах составит 1% от общей стоимости потерь, то есть:

13862160 руб. x 1% = 138621,6 руб.

Следовательно, продукция весом 4680 килограмм на сумму 138621,6 руб. в 2018 году должна быть уничтожена и не может быть переработана или перепродана.

Исходя из этого, на перепродажу остается = 468000 кг - 4680 кг = 463320 кг.

Себестоимость потерь в 2018 году и стоимость уничтоженной продукции = 13862160 руб. + 138621,6 руб. = 14000781,6 руб.

14000781,6 руб. / 463320 кг = 30,22 руб./кг.

Исходя из вышеперечисленных расчетов, исследуемому предприятию целесообразно перепродавать некондиционную и просроченную продукцию по цене минимум 30,22 руб./кг, так как при таком уровне цены предприятие полностью покрывает издержки на производство и окупит себестоимость вторично реализованной продукции.

Исследование рынка хлебобулочных изделий показало, что на данный момент имеется ряд проблем: постепенное уменьшение спроса, связанное с изменением вкусовых предпочтений потребителей. В соответствии с изменениями тенденций на рынке, производители вынуждены менять ассортимент выпускаемой продукции: большую популярность набирает хлеб с минеральными и витаминными добавками, из гречневой, льняной, рисовой и другой муки, из-за этого меняются состав готового продукта и технологии изготовления.

На поставку товаров покупателям и работу предприятий оказывает влияние общая экономическая ситуация в стране и уровень жизни: стоимость топлива, горюче-смазочных материалов (ГСМ), сырья, оборудования. Рост стоимости ГСМ также входит в стоимость продуктов питания, она увеличивается в соответствии с уровнем инфляции. Все это становится причиной повышения цен на продовольственные товары, в том числе, на хлебобулочные изделия. В кризис рынок хлеба растет, так как он становится одним из основных продуктов питания для населения из-за невысокой стоимости. Когда ситуация нормализуется, продажи снижаются, так как потребители вновь ориентируются на иные продовольственные товары.

В дальнейшем производителям хлебобулочных изделий и хлеба, чтобы сохранить позицию на рынке, необходимо совершенствование технологий производства и обновление оборудования. Вложения в этом сегменте окупаются, так как, несмотря на некоторые колебания рынка, спрос остается постоянно высоким. Конкурентная борьба вынуждает предпринимателей привлекать потребителей за счет увеличения ассортимента и разнообразия сортов.

Литература

1. Пашенко, Л.П. Технология хлебобулочных изделий / Л.П. Пашенко, И.М. Жаркова – Воронеж: ВГТА, 2011.
2. Гаранина В. В. Основные тенденции развития хлебопекарной отрасли в современных условиях // Молодой ученый. — 2018. — №50. — С. 122-123. — URL <https://moluch.ru/archive/236/54848/>

3. Гран, Х. Ситуация на рынке хлебопекарного производства в России и перспективы его развития / Х. Гран // Хлебопечение России. — 2016. — № 3.

4. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики // <http://www.gks.ru>
[Электронный ресурс]

5. <http://www.agroinvestor.ru/technologies/news/26195-proizvodstvo-khleba-ukhodit-v-ten/>

Симантовская А.А

*Научный руководитель: к.э.н., доцент В.В Федина**Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23***Анализ российского рынка розничной торговли продовольственных товаров**

Оценка рынков является сейчас особенно важной и значимой для изучения проблем работы экономических агентов. Особое место занимает отрасль розничной торговли продуктами питания. Сама по себе розничная торговля находится на финальном этапе процесса товародвижения, где продукт обретает своего конечного потребителя. Развитая сеть розничных торговых предприятий способна стимулировать спрос, за счет увеличения числа возможных потенциальных потребителей с выставленным на полках товаром.

В настоящее время в России процессы торговли продуктами питания достаточно изменчивы и спорны. С переходом российской экономики к рыночным формам хозяйствования, предприятия, осуществляющие розничную торговлю продуктами питания, в основном работают в качестве компаний с частной собственностью.

Доля розничной торговли продуктами питания (с учетом алкогольной и табачной продукции) в 2019 г. составляет около 50%. При этом в 2019 году произошло увеличение объемов продаж продовольственных продуктов в общей структуре розничных продаж. Такая же ситуация наблюдалась на рынке в 2012 году, таблица 1.

Таблица 1 - Оборот розничной торговли в РФ за 2012 – 2019гг.

Показатель	Год							
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Всего, трлн. руб.	13,93	14,62	16,50	19,12	21,41	23,75	26,26	27,58
Продукты питания, включая напитки, табачные изделия, трлн. руб.	6,52	7,11	8,01	9,13	9,94	11,17	12,34	13,45
Доля продуктов питания (включая напитки и табачные изделия) в обороте розничной торговли, %	46	48	47	46	46	46	46	48

Как видно из таблицы 1, за рассмотренный период наблюдается уменьшение темпов роста оборота розничной торговли, в его стоимостном выражении. Так в 2013-2017 гг., в среднем прирост составлял 12,5% в год, а в 2019 году оборот розничной торговли в России вырос лишь на 4,5%. Это говорит об ухудшении оборотов розничной торговли.

Наиболее значимой особенностью российского рынка розничных продаж является значительная дифференциация по территориальным субъектам. В большей мере это проявляется на уровне статистических данных по федеральным округам государства, таблица 2.

Таблица 2- Динамика оборота розничной торговли на душу населения в разрезе субъектов РФ за 2014 – 2019 гг., тыс. руб.

Субъекты РФ	Год					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Центральный федеральный округ	145,0	165,3	181,8	202,4	229,9	245,7
Северо-Западный федеральный округ	111,5	123,8	141,7	159,1	171,4	185,4
Южный федеральный округ	101,0	119,8	135,1	151,2	171,0	184,2

Северо-Кавказский федеральный округ	83,2	101,2	114,7	124,4	134,3	154,2
Приволжский федеральный округ	100,3	116,2	131,4	147,1	163,2	164,4
Уральский федеральный округ	133,3	152,9	169,7	188,5	198,7	202,1
Сибирский федеральный округ	91,8	107,2	121,0	135,5	139,7	141,9
Дальневосточный федеральный округ	104,3	119,2	130,8	148,9	167,8	190,6

Из данных таблицы 3, по итогам 2019 года оборот розничной торговли на душу населения составляет от 141,9 тыс. руб. в Сибирском федеральном округе, до 245,7 тыс. руб. в Центральном федеральном округе. Разница в обороте составляет почти 70%. Приведенная статистика показывает, что наличие такого значительного разрыва в обороте является устойчивым.

Что касается структуры российского рынка розничной торговли, то она начала складываться в середине 90-х годов. Именно тогда в различных городах России появились первые супермаркеты.

По оценкам аналитиков на 31 декабря 2019 году в России лидером стал «X5», открывший 16297 магазина, торговые площади выросли на 12% по сравнению с предыдущим годом. Из общего числа точек «Пятерочка» – это 15 354 магазина (на 1832 больше, чем годом ранее), «Перекресток» – 852 (92 новых), «Карусель» – 91 (3 точки были закрыты). Общий прирост составил 1 866 магазинов, однако, это на 19,2% меньше, чем в прошлом году. Компания Магнит открыла 2 377 магазинов (1 195 магазинов «у дома», 6 супермаркетов и 1 176 магазинов дрoгери). Под вывесками «Дикси», «Виктория», «Мегамайт», «Бристоль» и «Красное&Белое» в России работает более 13 тыс. магазинов. Подсчитать точную общую численность магазинов объединенной сети сложно. «Бристоль» такую информацию не предоставляет, «Красное&Белое» на запрос не ответили. «Дикси» за 2019 год сократил сеть на 48 магазинов. На 31.12.2019 2659 магазинов расположены в 739 городах и населенных пунктах Центральной России, Северо-Западного и Уральского федеральных округов, а также Калининграде и Калининградской области.

Таким образом, на основе статистических показателей, относящихся к отрасли розничной торговли продуктами питания, можно говорить об очевидной ее стагнации, связанной с кризисными явлениями в российской экономике.

Литература

1. Авдашева, С.Б. Анализ структур товарных рынков: экономическая теория и практика России: учебник / С.Б. Авдашева, Н.М. Розанова. – Москва: МГУ им. М.В. Ломоносова, 2012. – 133 с.
2. Калинов С. И. Современные тенденции развития сетевого ритейла в России и за рубежом /С.И. Калинов // Всероссийский журнал научных публикаций. – 2015. №2 (12)
3. Министерство промышленности и торговли РФ. - Режим доступа: <http://minpromtorg.gov.ru/>.
4. РБК+. - Режим доступа: <http://www.rbplus.ru/>.
5. Федеральная служба государственной статистики. - Режим доступа: <http://www.gks.ru/>.
6. Шакланова, Р.И. Экономика торговой отрасли: учебник для бакалавров / Р.И. Шакланова, В.В. Юсова. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 468 с.

Табашникова В.Р.

*Научный руководитель: к.э.н., доцент А.Е. Панягина
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
E-mail: vikataba98@yandex.ru*

Статистический обзор состояния промышленности Владимирской области

Владимирская область расположена в центре Европейской части России. Входит в состав Центрального федерального округа. Владимирская область граничит с Московской, Ярославской, Ивановской, Рязанской и Нижегородской областями.

На территории Владимирской области расположено большое количество промышленных предприятий, ведущих свою деятельность в отраслях машиностроения, металлообработки, химической, текстильной и стекольной промышленности [1].

Объем отгруженных товаров собственного производства в 2018 году по сравнению с 2017 годом уменьшился на 13702,5 млн. руб., а в 2019 году по сравнению с 2018 годом – увеличился на 41543,5 млн. руб. Наибольший рост объема отгруженных товаров в 2019 году по сравнению с 2018 годом наблюдается в отрасли «Производство лекарственных средств и материалов, применяемых в медицинских целях» - увеличился на 16216,8 млн. руб. [2].

В производстве лекарственных средств и материалов, применяемых в медицинских целях, ведущими предприятиями во Владимирской области являются ООО «Верофарм» (лекарственные препараты, применяемые в онкологии, гастроэнтерологии, в лечении инфекционных заболеваний, дерматологии и неврологии), АО «Генериум» (биотехнологические препараты для диагностики и лечения тяжелых и социально значимых заболеваний, таких как гемофилия, туберкулез, рассеянный склероз, онкологические и сердечно-сосудистые заболевания) и ФГБУ «Федеральный центр охраны здоровья животных» (биопрепараты для диагностики, профилактики и лечения инфекционных болезней животных) [1].

Наибольший объем отгруженных товаров собственного производства наблюдается в отрасли «Производство пищевых продуктов». Его величина в 2019 году составила 151181,3 млн. руб. и по сравнению с 2018 годом увеличилась на 9318,7 млн. руб.

Анализ показателей производства пищевых продуктов за период 2017-2019 гг. позволяет сделать вывод, что в 2019 году по сравнению с 2017 годом произошло увеличение отгруженной продукции в области переработки и консервирования мяса и мясной пищевой продукции на 33206,1 тонн, а в области производства молочной продукции за аналогичный период произошло снижение выпуска продукции на 28949,3 тонн [2].

Наибольший удельный вес в производстве пищевых продуктов занимает деятельность по переработке и консервированию мяса и мясной пищевой продукции, а наименьший – деятельность по переработке и консервированию рыбы, ракообразных и моллюсков (отгружено в 2019 году 3817,3 тн).

В отрасли производства пищевых продуктов во Владимирской области можно выделить следующие базовые предприятия:

- производство мясной продукции и колбасных изделий – ООО «Делко», ЗАО «АБИ Продакт», ООО «Владимирский стандарт»;
- производство и переработка рыбы – ИП Лукашов В.Н. (ТМ «Капитан»), ООО «Вкусное море»;
- производство молочной продукции – ОАО «Судогодский молочный завод», ЗАО «Холдинговая компания «Ополье», ООО «Суздальский молочный завод»;
- производство хлебобулочных изделий – АО «Владимирский хлебокомбинат» [1].

Наименьший объем отгруженных товаров собственного производства наблюдается в отрасли «Производство напитков». Его величина в 2019 году составила 1082,1 млн. руб. и по сравнению с 2018 годом увеличилась на 96,9 млн. руб.

К ведущим предприятиям отрасли «Производство напитков» относятся следующие:

- производство питьевой и минеральной воды – ООО «Суздальские напитки», ООО «Селивановская вода», ООО «Рожново»;
- производство пива, кваса – ООО «Владимирская пивоварня»;
- производство соков – ООО «Владимирская производственная фирма «Алонка».

Таким образом, можно сделать вывод, что промышленность Владимирской области достаточно развита, однако в некоторых отраслях отмечается снижение оборота производства и реализации продукции. В связи с чем необходимо принять ряд мер по повышению производственного потенциала промышленности рассматриваемого региона.

Литература

1. Официальный сайт Комитета по промышленной политике, науке и импортозамещению Администрации Владимирской области URL <https://kppn.avo.ru/o-promyslennom-komplekse-regiona> (дата обращения 12.03.2020 г.)
2. Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Владимирской области URL <https://vladimirstat.gks.ru/> (дата обращения 13.03.2020 г.)

Харитонов. Е.А.

Научный руководитель: Галкина Ю.Е.

*Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
E-mail: Zhekan-kharitonov@mail.ru*

Государственная поддержка малого бизнеса, как одна из основных функций государства.

К малым предприятиям относят субъектов предпринимательской деятельности, отвечающих определенным критериям, установленным законодательными актами и касающимся объемов хозяйственной деятельности, в частности, размеров выручки, стоимости основных средств, а также численности работников [3]. В частности, в России таким нормативным документом является Федеральный закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 28.12.2013) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», в котором заложены нормативно-правовые основы развития малого бизнеса [1].

В современной экономике малый бизнес получает все большее распространение, что обусловлено его динамичностью, быстротой адаптацией к изменчивой конъюнктуре рынка, а также определенными льготами, предоставляемыми государством данному сектору экономики. Малые предприятия не требуют крупных стартовых инвестиций и гарантируют высокую скорость оборота ресурсов. Именно поэтому они способны быстро и эффективно решать проблемы реструктуризации экономики, формирования и насыщения рынка потребительских товаров в условиях ограниченности финансовых ресурсов.

Но, несмотря на высокую динамику развития малых предприятий, зачастую приходится очень сложно при открытии своего малого предприятия. Может не хватить финансовых средств для реализации всех планов, возможно у предприятия не хватило финансовых средств на рекламу или организатор выбрал не верный инструмент для рекламы, либо арендная плата была слишком высокой и предприятие оплатив её, осталось без средств для продолжения деятельности. По этим и многим другим причинам зачастую разоряются, становятся банкротами и прекращают свою деятельность.

Для решения этой проблемы государство проводит эффективную политику по поддержке малого и среднего бизнеса. В государственную поддержку малого и среднего бизнеса входят: финансовая, имущественная, информационная и консультационная помощь, а также подготовка, переподготовка и повышение квалификации персонала, внедрение инноваций в производство.

Рассмотрим более подробно способы поддержки малого бизнеса. К финансовой поддержке малого бизнеса относятся: налоговые льготы, финансовые льготы, административные льготы, субсидии малому бизнесу.

К налоговым льготам относятся специальные режимы налогообложения, которые позволяют малым предприятиям свою деятельность по сниженной налоговой ставке. К таким специальным режимам налогообложения относятся: упрощенная система налогообложения (УСН); единый налог на вмененный доход (ЕНВД); система налогообложения при выполнении соглашений о разделе продукции; патентная система налогообложения. Так по упрощенной системе налогообложения, процент налога может достигать: если объектом налогообложения являются доходы, 6%, если объектом налогообложения является доходы уменьшенные на величину расходов, 15%. При использовании режима ЕНВД, процент по налогу составляет 15%, при использовании предприятием патентной системы налогообложения, процент по налогу составляет 6%. Таким образом, такие налоговые режимы, положительно влияют на развитие предприятий малого бизнеса, тем самым стимулируя создавать новые малые предприятия.[2]

Финансовая поддержка малого бизнеса государством, это прямое финансирование предприятий в виде грантов и безвозмездных субсидий, выдаваемых в рамках общероссийской программы поддержки малого бизнеса. Гранты могут быть как федерального значения, то есть

выделяться из федерального бюджета, так и местного значения, тем самым выделяться их бюджета местных органов власти. В большей степени данным грантам подвержены предприятия, которые концентрируют свою деятельность на производстве инновационных товаров. Таким образом Российский фонд развития информационных технологий, предоставляет грант в размере от 10 до 500 млн. рублей на реализацию проекта по разработке отечественного программного обеспечения. Также Фонд содействия инновациям, предоставляет грант по программе « Коммерциализация» в размере до 20 млн. рублей, данный грант предоставляется инновационным предприятиям, которые нацелены производить инновационную продукцию. На втором месте по поддержке, стоят предприятия занимающиеся промышленностью. В данном направлении также действует множество грантов, таким к примеру является Фонд развития промышленности, который предоставляет грант в размере от 100 до 1 000 млн. рублей, данный грант выделяется для разработки новой продукции на предприятиях промышленности. Примером финансирования сферы торговли может стать Департамент развития предпринимательства, торговли и сферы услуг по Владимирской области. Данный департамент предлагает множество программ по финансированию малого и среднего бизнеса, который ведёт деятельность в области торговли и сферы услуг. Таким образом, Финансовая поддержка играет огромную роль в развитие малого и среднего бизнеса, и является мотивацией для предпринимателей организовывать свою деятельность в какой-либо конкретной области. [4]

Административные льготы также играют важную роль. Данные льготы заключаются в том, применять к малым предприятиям такие послабления, как упрощённый бухгалтерский учёт, кассовая дисциплина, надзорные каникулы. К примеру значение надзорных каникул, заключается в том, чтобы ограничить количество проверок Государственными органами предприятий малого бизнеса.

Информационная поддержка заключается в том, чтобы своевременно уведомить предприятия малого бизнеса о предстоящих грантах и конкурсах посредством СМИ и сети интернет. Данный вид поддержки также является необходимым для малого бизнеса.

Таким образом, в данной статье были разобраны виды Государственной поддержки предприятий малого бизнеса. Ведь данная поддержка, является необходимой для новых предприятий, которые только начали свою деятельность. Также данная поддержка служит способом стимулирования к созданию малых предприятий.

Литература

1. Федеральный закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 28.12.2013) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 08.03.2015)
3. Бухвальд Е.М. О роли малого предпринимательства в развитии экономики России // Вестник РГНФ. – 2012. – №1. – С. 8-12.
4. Муромский Бизнес-инкубатор <http://murom-biznes.ru>

Хорошев В.А.
Владимирский государственный университет
600000, г. Владимир, ул. Горького, д. 87
E-mail: vasily.khoroshev@gmail.com

Анализ форм благотворительности

Исследование благотворительной деятельности, как одного из видов межличностного взаимодействия, представляющего сложную многоуровневую систему общественных отношений, поощряемых государством во всем мире, безусловно, является необходимым. Благотворительность, как внешнее выражение милосердия и сострадания, необходима для поддержания стабильного функционирования общества и его институтов.

В Российской Федерации законодательство признает благотворительную деятельность в качестве важного элемента функционирования общества, и она поощряется государством (ст. 39 Конституции РФ) [1]. Осуществление благотворительной деятельности в современной России регулируется Федеральным законом № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» [2]. Однако данный вид деятельности имеет межотраслевой характер и, кроме того, регулируется не только правовыми, но и другими социальными нормами.

Особенности благотворительной деятельности и государственная политика в области ее регулирования в разные исторические периоды находят отражение в трудах Н. М. Карамзина, В. О. Ключевского, А. Р. Соколова, Г.Н. Ульянова и др. [3]. Теоретико-правовым исследованием благотворительной деятельности, ее юридической практики и техники осуществления, посвящены работы В.И. Журавлева [4].

Исследование истории благотворительной деятельности в России показывает, что всегда значительную роль в этой системе играло государство, создавая правовой фон для действия всех благотворительных форм и внедряя критерии для поощрения и осуществления благотворительности. Отметим, что законы, регулирующие благотворительную деятельность обществ, были несовершенны. Реальные поступки людей предвещали утверждаемые положения и законы. Главная функция государства сводилась к созданию нужных условий для благотворительности. При этом, отмечается жесткая правовая регламентация деятельности самих благотворительных организаций, которая сдерживала всякую инициативу в этой сфере.

Благотворительность – это деятельность, которая всегда направлена на решение разнообразных проблем. Следовательно, к актам благотворительности можно отнести только такую помощь другому лицу, которая будет реализовываться в рамках перечня целей благотворительности, установленных ст. 2 Закона № 135-ФЗ, иными словами, эта помощь должна быть социально значимой и направленной на решение определенной социальной проблемы [2]. В соответствии с ч. 3 ст. 39 Конституции Российской Федерации благотворительность в Российской Федерации поощряется [1].

Благотворительная деятельность – это социально-значимые действия граждан и юридических лиц по безвозмездной (частично безвозмездной или на льготных условиях) передаче гражданам или юридическим лицам материальных ценностей, в том числе денежных средств, безвозмездному выполнению работ, предоставлению услуг, оказанию иной помощи, не противоречащей закону.

Форма благотворительности – это внешнее выражение, проявление и закрепление в различных нормативных и ненормативных регулятивных средствах деятельности по оказанию безвозмездной, бескорыстной законной и непротиворечащей закону помощи другим людям и их организациям.

В зависимости от наличия или отсутствия юридических последствий формы благотворительности можно подразделить, на: правовые и неправовые. С учетом специфики природы форм благотворительности их целесообразно дифференцировать, на: деятельность и нормативные. С учетом способа объективации формы благотворительности можно разделять, на: материальные и идеальные. В зависимости от сферы жизнедеятельности общества: направленные на помощь в здоровье, собственности, образовании, культуре и т.д. На основании

пользы обществу: социально-негативные социально-позитивные, социально-нейтральные. В зависимости от субъектов: коллективные и индивидуальные формы благотворительности.

По виду оказываемой помощи выделяют розничную благотворительность, гуманитарную помощь, социальную помощь. Розничная благотворительность представляет собой микрофинансовую, но достаточную для удовлетворения конкретных потребностей получателя помощь. Гуманитарная помощь выражается в предоставлении продовольствия, одежды, лекарств и других вещей, а также определенных возможностей получателя, например, предоставление образования. Социальная помощь (волонтерство) заключается в безвозмездной общепользующей деятельности субъектов, например, в работе с незащищенными слоями населения, осуществлении поисково-спасательной деятельности, уходе за бездомными животными [4].

Тем не менее, как считает большинство исследователей данного явления, в нашей стране к благотворительности относятся недоверчиво. На сегодняшний день большая часть населения имеет слабые представления о конкретной поддержке нуждающихся, через организации, созданные для благотворительной деятельности. Большинство граждан считают, что подаренные ими деньги на благотворительность не дойдут до адресатов. Не случайно, исследования в области благотворительности показывают, что вовлеченность россиян в деятельность благотворительных организаций по различным оценкам составляет лишь, около 10% граждан, при этом более 40% опрошенных граждан готовы оказывать (и оказывают) благотворительную помощь [5].

Анализ форм благотворительности, позволил внести предложения по совершенствованию правового регулирования данной деятельности:

1. Необходимо установить запрет попрошайничества в общественных местах всеми без исключения лицами, независимо от их возраста и социальной принадлежности.

2. Легально закрепить бесплатное донорство и духовную благотворительность как самостоятельные формы осуществления благотворительной деятельности в Российской Федерации.

3. Предлагается ввести понятие «юридическое волонтерство», как деятельность различных субъектов (чаще всего студентов) по оказанию бесплатной юридической помощи населению в виде юридического консультирования, юридического представительства, а также составления документов, имеющих юридическое значение.

4. Необходим единообразный подход субъектов нормотворческой деятельности относительно того что осуществляется в отношении благотворительных организаций: или это контроль или надзор.

5. Предлагается вести надзор по следующим направлениям: надзор за ведением бухгалтерского учета и отчетности; надзор за ежегодным представлением благотворительной организацией в орган юстиции, принявший решение о ее государственной регистрации, отчета о своей деятельности; надзор за размещением в сети Интернет отчетов о деятельности благотворительной организации либо сообщений о продолжении своей деятельности.

Литература

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ) // СПС «Консультант Плюс» <http://www.consultant.ru>. (дата обращения 03.03.2020).

2. Федеральный закон от 11 августа 1995 г. № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» // Собр. законодательства Рос. Федерации. - 1995. - № 33. - ст. 3340; Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru> (дата обращения 03.03.2020).

3. Ульянова Г. Н. Российская благотворительность в освещении историографии XIX – начала XX века // Вопросы истории. - 2006. - № 1. - С. 165.

4. Журавлев В. И. Теория и практика благотворительной деятельности. – Владимир: Шерлок-пресс. – 287 с.; Головкин Р.Б., Журавлев В.И. Механизм благотворительной деятельности // Актуальные проблемы экономики и права. – 2015. – № 4. – С. 204-213.

5. Церетели Л. Благотворительность в России: вчера, сегодня, завтра. URL: http://www.ossfb.ru/experts/otrasli_MB/tvori_blogo.php (обращение к ресурсу: 03.03.2020).

Шелованова А.Д.

Научный руководитель: доцент, к.э.н. В. В. Федина

*Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
e-mail: shelovanova2@yandex.ru*

Рынок продаж обуви в РФ: состояние, проблемы и перспективы развития

Обувь является предметом первой необходимости в жизни людей. Она предназначена для защиты ног человека от неблагоприятных воздействий внешней среды - холода, чрезмерного нагрева, сырости, грязи, пыли, механических повреждений, а также может служить предметом украшения. Существует ГОСТ 23251-83 «Обувь», в котором понятие «Обувь» определяется, как изделие для предохранения ног от внешних воздействий и несущее утилитарные и эстетические функции. В соответствии с ГОСТ 23251-83, обувь подразделяется по следующим признакам:

- по назначению: на повседневную и модельную, домашнюю и дорожную, пляжную и летнюю, зимнюю и весенне-осеннюю, детскую и спортивную, военную и ортопедическую и т.д.;
- по материалу верха: обувь из кожи, текстиля, искусственной кожи, синтетической кожи, обувь с комбинированным верхом;
- по материалу, применяемому для подошвы: обувь с подошвой из натуральной и искусственной кожи, с подошвой из резины и пластика, поливинилхлорида, полиуретана;
- по высоте заготовки верха: ботинки, полуботинки, полусапоги, сапоги, сапоги с удлиненными голенищами и туфли [1].

В РФ осуществляется, как экспорт, так и импорт данной товарной группы. В таблицах 1 и 2 приведен товарооборот экспорта и импорта обуви в РФ за июль 2018 и 2019 гг.

Таблица 1. Экспорт обувной продукции в РФ [2]

Группа товаров	Июль 2018г (млн. \$)	Июль 2019г. (млн. \$)	Изменение, (+,-) (млн. \$)	Доля, %
12 6403: обувь с верхом из натуральной кожи и подошвой из резины, пластмассы, кожи	6	6,4	+0,4	34,9
12 6404: обувь с верхом из текст. мат. и подошвой из резины, пластмассы, кожи	4,4	5,5	+1,1	30,3
12 6402: прочая обувь с подошвой и с верхом из резины или пластмассы	4	4,3	+0,3	23,6
Все остальные	1,8	2	+0,2	11,2
Итого:	16,3	18,3	+2	100

Таблица 2. Импорт обувной продукции в РФ [3]

Группа товаров	Июль 2018г (млн. \$)	Июль 2019г. (млн. \$)	Изменение (+,-) (млн. \$)	Доля, %
12 6403: обувь с верхом из натуральной кожи и подошвой из резины, пластмассы, кожи	206	175	-31	47,7
12 6404: обувь с верхом из текст. мат. и подошвой из резины, пластмассы, кожи	104	96,8	-7,2	26,4

12 6402: прочая обувь с подошвой и с верхом из резины или пластмассы	73,8	79,4	+5,6	21,6
Все остальные	19,5	15,7	-3,8	4,3
Итого:	403	367	-36	100

Экспорт из России «обувь, гетры и аналогичные изделия; их детали» за июль 2019 составил 18,3 млн.\$, увеличившись по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на +2 млн.\$ В основном экспортировались:

35% - обувь с верхом из натуральной кожи и подошвой из резины, пластмассы, кожи: поставки в Беларусь (43%), Казахстан (37%), Францию (5%);

Импорт в Россию «обувь, гетры и аналогичные изделия; их детали» за июль 2019 составил 367 млн. \$, уменьшившись по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 36 млн.\$ В основном импортировались:

48% - обувь с верхом из натуральной кожи и подошвой из резины, пластмассы, кожи: поставки из Китая (44%), Италии (16%), Вьетнама (9%);

Главной проблемой на обувном рынке считается продажа контрафактной продукции. Контрафактом считается новый продукт, созданный на основе существующего оригинала, но с нарушением интеллектуальных прав. По данным «РБК Исследование рынка» доля контрафактной обуви в РФ варьируется в пределах от 10 до 35%. Причем, покупатели спортивной обуви известных торговых марок встречаются с контрафактом в 1,5 раза чаще. Андрей Павлов, основатель Zenden отмечает, что на российском обувном рынке увеличивается количество контрафактной продукции. «Например, найти на рынке кроссовки Adidas или Nike за 900 руб. не является сложной проблемой» [4]. Большинство молодежи идут в эти магазины, и это наносит существенный удар по белым компаниям. Контрафакт наносит существенный урон по предприятиям РФ, которые добросовестно относятся к своей изготавливаемой продукции, несут за неё ответственность и готовы соперничать в условиях честной конкуренции. Большинство людей, покупая дешёвую обувь, которая является подделкой, даже не задумываются о вреде здоровью своих ног.

Решением данной проблемы на мировом рынке является обязательная маркировка обуви с 1 июля 2019 года [4]. С 1 марта 2020 года без маркировки обувь продавать будет нельзя. Внедрение системы маркировки облегчит выявление незаконного товара. Уход с рынка мелких дистрибьюторов позволит более крупным занять свою долю. Это поможет российским фабрикам вытеснить иностранных конкурентов. Закроются множество обувных магазинов, которые и являлись проводниками контрафакта и контрабанды. Но они и не нужны российскому рынку. Сначала магазины начнут избавляться от остатков товара, чтобы сэкономить на их маркировке и начнут продавать обувь с большими скидками, примерно 70-80% и тогда покупатель окажется в выигрыше. Но затем цены пойдут вверх, так как в них придется закладывать расходы на метки. Средняя цена на рынке обуви вырастет за счет ухода контрафактной продукции. Возможно, обувь россияне будут покупать реже, но она будет более качественная, долговечная и позволит удовлетворить потребности покупателей.

Литература

1. ГОСТ 23251-83 (СТ СЭВ 2677-80). Государственный стандарт Союза ССР. Обувь. Термины и определения" (утв. и введен в действие Постановлением Госстандарта СССР от 10.10.1983 N 4892) (ред. от 01.04.1990)из информационного банка "Отраслевые технические нормы". <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online>
2. Ru-Stat: Экспорт и импорт России по товарам и странам: <https://ru-stat.com>
3. Журнал Marketmedia: <https://marketmedia.ru/media-content/someone-who-will-put/>
4. Федеральный закон "О ратификации Соглашения о маркировке товаров средствами идентификации в Евразийском экономическом союзе" от 03.08.2018 N 281-ФЗ: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_304029/