

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет экономический
Кафедра экономической безопасности и экспертизы
Направление подготовки 38.05.01 – Экономическая безопасность
Специализация: Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой

_____ Е.С. Рычкова
« ____ » _____ 2020 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

на тему: Экономическая безопасность потребительского рынка на примере Амурской области

Исполнитель
студент группы 578-ос

(подпись, дата)

К.С. Чебанова

Руководитель
доцент, канд. эконом. наук

(подпись, дата)

О.А. Цепелев

Нормоконтроль
ассистент

(подпись, дата)

Н.Б. Калинина

Рецензент
доцент, канд. эконом. наук

(подпись, дата)

А.В. Васильева

Благовещенск 2020

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет экономический
Кафедра экономической безопасности и экспертизы

УТВЕРЖДАЮ
Зав. кафедрой
_____ Е.С. Рычкова
« ____ » _____ 2020 г.

З А Д А Н И Е

К выпускной дипломной работе (проекту) студента группы 578 ос Чебановой Кристины Сергеевны

1. Тема выпускной дипломной работы Экономическая безопасность потребительского рынка на примере Амурской области (утверждено приказом от 23.03.2020№ 657-уч)
2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта) 25 июня 2020 г.
3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе статьи из научных журналов, книги, официальные сайты.
4. Содержание выпускной дипломной работы (проекта) (перечень подлежащих разработке вопросов:
 1. Понятие и сущность экономической безопасности потребительского рынка
 2. Факторы и угрозы экономической безопасности потребительского рынка
 3. Организационно-экономическая характеристика потребительского рынка Амурской области
 5. Анализ индикаторов экономической безопасности потребительского рынка Амурской области
 6. Оценка индикаторов экономической безопасности потребительского рынка Амурской области
 7. Проблемы обеспечения экономической безопасности потребительского рынка Амурской области
 8. Направления минимизации угроз экономической безопасности потребительского рынка Амурской области
5. Перечень материалов приложения (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.) Дипломная работа содержит 74 с.,9 таблиц,7 рисунков, 58 источников.
7. Дата выдачи задания 10 февраля 2020 года
Руководитель выпускной дипломной работы (проекта) Цепелев Олег Анатольевич, доцент, канд.эконом.наук

Задание принял к исполнению (дата) 10 февраля 2020 года

РЕФЕРАТ

Дипломная работа содержит 66 с., 10 таблиц, 7 рисунков, 58 источников.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ, УГРОЗЫ, ИНДИКАТОРЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Целью выпускной квалификационной работы является разработка направлений минимизации угроз экономической безопасности потребительского рынка

Предметом выпускной квалификационной работы являются угрозы экономической безопасности потребительского рынка.

Объектом исследования является потребительский рынок Амурской области.

Период исследования: 2016 – 2019 гг.

В первой главе выпускной квалификационной работы представлены теоретические основы экономической безопасности потребительского рынка: понятие и сущность, факторы и угрозы экономической безопасности потребительского рынка, направления снижения угроз экономической безопасности потребительского рынка.

Во второй главе выпускной квалификационной работы исследованы организационно-экономическая характеристика потребительского рынка Амурской области, проведен анализ и оценка индикаторов экономической безопасности потребительского рынка Амурской области.

В третьей главе выпускной квалификационной работы разработаны направления снижения угроз экономической безопасности потребительского рынка Амурской области, представлена оценка эффективности предложенных мероприятий по повышению экономической безопасности потребительского рынка Амурской области.

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|----|
| Введение | 5 |
| 1 Теоретические основы обеспечения экономической безопасности потребительского рынка | 8 |
| 1.1 Понятие и сущность экономической безопасности потребительского рынка | 8 |
| 1.2 Факторы и угрозы экономической безопасности потребительского рынка | 14 |
| 1.3 Современные направления снижения угроз экономической безопасности потребительского рынка | 20 |
| 2 Оценка экономической безопасности потребительского рынка Амурской области | 25 |
| 2.1 Организационно-экономическая характеристика потребительского рынка Амурской области | 25 |
| 2.2 Анализ индикаторов экономической безопасности потребительского рынка Амурской области | 36 |
| 2.3 Оценка индикаторов экономической безопасности потребительского рынка Амурской области | 41 |
| 3 Повышение экономической безопасности потребительского рынка Амурской области | 45 |
| 3.1 Проблемы обеспечения экономической безопасности потребительского рынка Амурской области | 45 |
| 3.2 Направления минимизации угроз экономической безопасности потребительского рынка Амурской области | 49 |
| 3.3 Оценка эффективности предложенных мероприятий по повышению экономической безопасности потребительского рынка Амурской области | 56 |
| Заключение | 59 |
| Библиографический список | 62 |

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования потребительского рынка основывается на том, что потребительский рынок является одним из показателей, показывающих состояние развития предпринимательства, общества и государства на современном этапе социально-экономического развития общества.

Поэтому проблемы стабилизации и формирования потребительского рынка Российской Федерации и ее субъектов в современных условиях приобретают особую важность. Это связано прежде всего с местом и ролью потребительского рынка, что оказывает сильное влияние на состояние процессов производства товаров и услуг, их распределение и потребление. Потребительский рынок включает три основных сегмента: розничный рынок, в том числе рынок продовольственных и непродовольственных товаров, рынок общественного питания и рынок бытовых услуг. Взаимодействуя между собой, данные сферы обеспечивают удовлетворение потребностей населения и создают возможности для успешного функционирования экономики.

Следует отметить, что одной из значимой социальной целью развития потребительского рынка является обеспечение потребителей широким ассортиментом высококачественных и доступных товаров и услуг. Сбалансированность потребительского рынка с точки зрения цен, товарных потоков и качества является не только обязательным элементом эффективной экономики, но и основой для оценки качества жизни населения.

Территориальные различия, существующие в нашей стране, имеют большое воздействие на форму проявления тех или иных законов рыночной экономики. Соответственно, в связи с этим возникает необходимость исследования рыночных отношений в их региональном проявлении. Кроме того, определенные свойства товаров и услуг, которые реализуются на потребительском рынке, определяют высокую степень его местоположения, тесную связь с конкретной территорией и населением.

Потребительский рынок более развит в крупных городах (которые явля-

ются региональными центрами), что объясняется концентрацией в них товарных потоков, а также высоким спросом на товары и предоставляемые услуги.

Экономическая безопасность, которая является частью национальной безопасности России, представляет собой достаточно сложную многокомпонентную систему, обеспечивающую стабильность и сбалансированное социально-экономическое развитие государства. Проводимые в стране рыночные преобразования имели целый ряд негативных последствий для экономической безопасности. Таким образом, возросло влияние криминогенных факторов на развитие большинства отраслей экономики, которые определяют не только их текущее состояние, но и перспективы развития.

Криминализация экономики способствует развитию неформального сектора, сужению сферы влияния контролирующих и фискальных институтов. Сложившаяся ситуация в сфере потребительского рынка доказывает то, что существует реальная угроза экономической безопасности, так как потребительский рынок является одним из основных секторов бюджетной экономики, выполняет целый ряд функций по поддержанию жизни населения и служит индикатором эффективности социально-экономической политики.

Постоянные повышения цен, несоответствующее качество продукции, нарушение правил торговли и мошенничество в отношении потребителей, незаконное предпринимательство, монопольные действия стали приобретать в последние десятилетия все более глобальный и изощренный характер. Все это происходило под видом демократических рыночных преобразований. В результате данных преобразований потребительский рынок является одной из особенно опасных социальных сфер в экономике страны, который служит индикатором эффективности всей системы хозяйствования.

Учитывая современные экономические условия, необходимо изучить, систематизировать и обобщить факторы, влияющие на развитие потребительского рынка, изучить угрозы развитию потребительского рынка региона, а также разработать ряд мер по повышению эффективности его функционирования. Необходимы исследования современного состояния потребительского рынка и воз-

возможности становления его на современном этапе развития.

Целью курсовой работы является разработка направлений минимизации угроз экономической безопасности потребительского рынка. Реализация поставленной цели требует выполнения следующих задач:

- раскрыть понятие и сущность экономической безопасности потребительского рынка;
- исследовать текущие вызовы и угрозы экономической безопасности потребительского рынка;
- выявить современные направления снижения угроз экономической безопасности потребительского рынка;
- провести оценку экономической безопасности потребительского рынка Амурской области;
- проанализировать индикаторы экономической безопасности потребительского рынка;
- представить прогноз эффективности мероприятий по совершенствованию обеспечения экономической безопасности потребительского рынка;
- разработать направления минимизации угроз экономической безопасности потребительского рынка;
- представить оценку эффективности предложенных мероприятий по повышению экономической безопасности потребительского рынка Амурской области.

Предметом выпускной квалификационной работы являются угрозы экономической безопасности потребительского рынка.

Объектом исследования является потребительский рынок Амурской области.

Период исследования: 2016 – 2019 гг.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА

1.1 Понятие и сущность экономической безопасности потребительского рынка

На сегодняшний день важной составляющей современной системы считается потребительский рынок, эффективное совершенствование которого в современных условиях является одной из наиболее важных проблем развития рыночной экономики.

Потребительский рынок – важнейшая область рыночной экономики, которая выступает индикатором уровня социального развития общества, поскольку здесь переплетаются экономические и социальные составляющие народного хозяйства. В настоящее время в современной российской научной литературе выделяют большое количество вариаций к пониманию термина «потребительский рынок», которые отражают различные аспекты данной экономической категории, тем самым дополняя и уточняя друг друга.

Можно выделить правовой и экономический подходы к определению понятия «потребительский рынок». С экономической точки зрения авторы предлагают разные понятия. По мнению С.М. Зорина, «потребительский рынок представляет собой важнейшую часть современной экономики, где реализуются повседневные потребности населения, уровень удовлетворения которых в конечном счете определяет эффективность функционирования экономики в целом»¹.

Согласно определению А.Ю. Чмыревой, потребительский рынок – «это система экономических отношений по поводу всей совокупности актов купли-продажи потребительских товаров и услуг, используемых в целях личного и общественного потребления, в обмен на денежные доходы населения и коллективных потребителей общества, обусловленная общественным разделением труда»².

А.М. Борисов отождествляет потребительский рынок с «рынком торговых

¹ Зорин С.М. Проблемно-целевой метод регулирования регионального потребительского рынка. Ижевск, 2016. С. 3.

² Чмырева А.Ю. Факторы развития и эффективность потребительского рынка в трансформируемой экономике. Ростов-на-Дону, 2017. С. 11.

услуг» и определяет его как «совокупность конкретных экономических отношений и связей между покупателями и продавцами, а также торговыми посредниками по поводу движения товаров и денег, отражающую экономические интересы субъектов рыночных отношений и обеспечивающую обмен продуктами труда»³.

Экономист А.В. Зверев определял понятие «потребительский рынок, как подсистему национального рынка, которая сформировалась в соответствии с уровнем организации регионального экономического пространства и характеризуется спецификой субъектнообъектных отношений, ограниченностью ресурсов, определенным уровнем концентрации и специализации трансакций, степенью монополизации и уровнем конкуренции»⁴.

По мнению Ш.М. Амарова, «потребительский рынок, будучи инструментом, посредством которого достигается общая сбалансированность всей экономической системы, выполняет множество разнообразных функций, наиболее важными из которых являются:

- обеспечение рационального распределения ресурсов;
- активное влияние на объем и структуру производства, приспособлявая его через ценовую политику к платежеспособному спросу;
- обеспечение оздоровления экономики, освобождая ее от убыточных и не конкурентноспособных предприятий;
- через рыночные цены выполнение роли носителя экономической информации, сообщение динамик изменений товарных запасов, их количества и качества, издержек производства, полезности для потребителя»⁵.

Переходя к правовому подходу определения потребительского рынка И.Е. Чикина делает следующее заключение: «Потребительский рынок – понятие не только многогранное, но и многоплановое. Оно, включает в себя не только сферу торговли, выполнения работ, оказания услуг, но и сферу производства това-

³ Борисов А.М. Управление предприятиями регионального торгового комплекса. Нижний Новгород, 2015. С. 10.

⁴ Зверев А.В. Теоретические основы модернизации регионального потребительского рынка // ФЭС: Финансы. Экономика. Стратегия. 2017. № 3. С. 42.

⁵ Амаров Ш.М. Формирование организационно-экономического механизма регулирования потребительского рынка. Махачкала, 2016. С. 15.

ров на всех стадиях жизненного цикла, начиная от проектирования и заканчивая утилизацией. Поэтому представляется, что нельзя из понятия потребительского рынка вычленить такую важную часть, как непосредственно сам процесс производства товаров, так как основная масса недостатков в них, в том числе потенциально опасных для потребителей возникает на стадии производства. Потребительский рынок – это общественно-правовые отношения, возникающие между государством, изготовителем (производителем), исполнителем, продавцом и потребителем (гражданином) в процессе изготовления, исполнения, реализации, эксплуатации, утилизации и других стадий прохождения жизненного цикла товаров, работ и оказания услуг»⁶.

Таким образом можно сделать вывод, что одни авторы отождествляют рынок со сферой товарного обращения, в то время как другие понимают под ним совокупность товарно-денежных отношений, выражающих экономические связи между производством и потреблением.

Исходя из существующих трактовок, под потребительским рынком принято понимать систему товарно-денежных и организационно-экономических отношений, складывающихся между хозяйствующими субъектами, производящими и/или реализующими товары и услуги, и индивидуальными потребителями, приобретающими эти товары для личного использования⁷.

Объектом потребительского рынка принято понимать продукт, поступающий на рынок, который используется для индивидуального потребления в форме платных товаров и услуг. Структурирующими элементами в части субъектных отношений со стороны спроса выступают потребители, представленные всем населением региона, а также индивидуальные демократические характеристики (дети, молодежь, пожилые люди) и экономические (категории населения имеющие низкие и высокие доходы) группы; городское и сельское население. Со стороны предложения субъектами потребительского рынка являются производители товаров и услуг, представленные предприятиями, организация-

⁶ Чикин Е.И. Потребительский рынок Российской Федерации: значение и понятие // Юрист. 2015. № 12. С. 32.

⁷ Тахумова О.В. Особенности формирования регионального потребительского рынка // Вестник Северо-Кавказского государственного технического университета. 2016. № 4. С. 35.

ми, учреждениями, а также частные лица.

В структуру потребительского рынка включают три основные сферы: торговлю, общественное питание и бытовое обслуживание, которые представляют собой совокупность товарных рынков и услуг (рисунок 1)



Рисунок 1 – Структура потребительского рынка

Потребительский рынок является сферой конечной мобилизации товаров, а его основными участниками являются потребители, поэтому этому направлению экономики необходимо уделять самое пристальное внимание. Это внимание следует обратить как на сторону субъектов хозяйствования (вопросы контроля над их преступлениями по отношению к потребителям), так и на сторону потребителей (повышение уровня их образованности и т.д.).

Под непосредственными участниками потребительского рынка принято понимать компании и организации торговли, общественного питания, бытового обслуживания, а также конечных потребителей, среди которых складываются экономические отношения. Органы власти, которые регулируют деятельность прямых участников на основе законов и административных ресурсов являются

участниками, которые обеспечивают активность на потребительском рынке.⁸ На развитие потребительского рынка оказывают влияние такие группы факторов как:

- экономические;
- социально-демографические;
- технологические.

Потребительский рынок можно классифицировать по следующим признакам (рисунок 2)

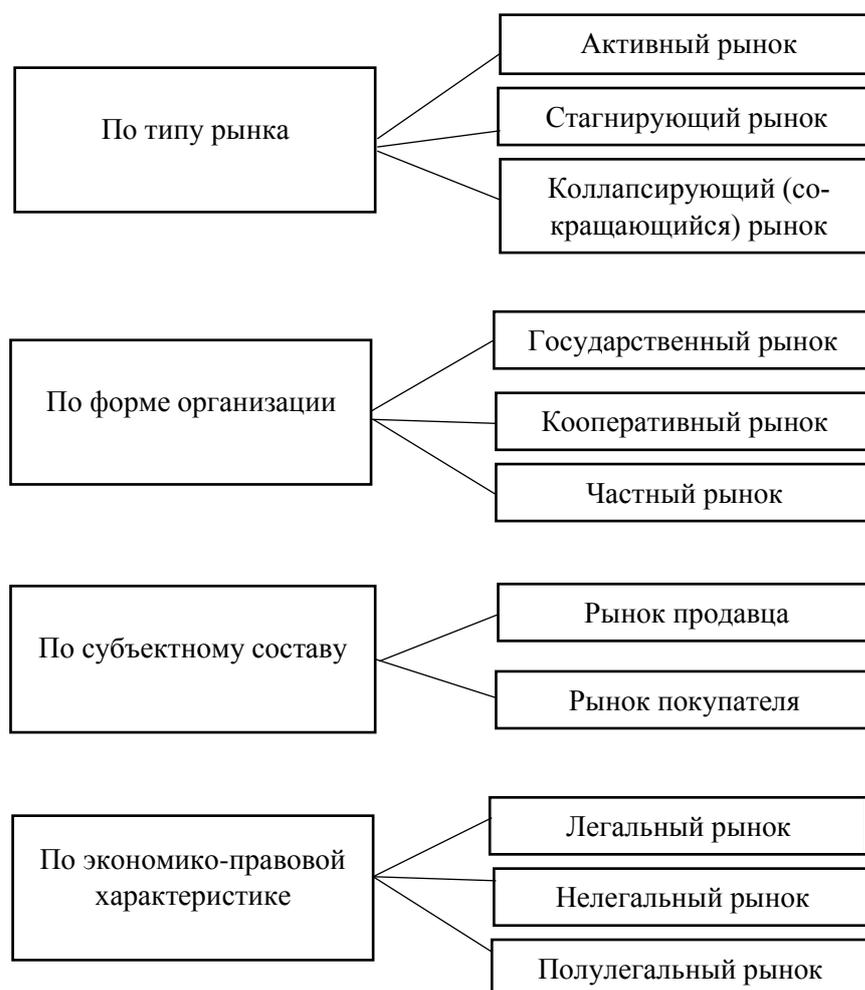


Рисунок 2 – Признаки классификации потребительского рынка

По типу рынка принято выделять:

- активный рынок – характеризуется большим объемом сделок, высокой конкуренцией и небольшим разрывом между предложением и покупной ценой;

⁸ Анурин В.Ф. Подходы к определению понятия «потребительский рынок» // Интерактивная наука. 2016. № 5. С. 97.

– стагнирующий рынок – характеризуется небольшим количеством операций в течение длительного периода времени, отсутствие спроса на товары и услуги;

– коллапсирующий или сокращающийся рынок – определяется падение продаж товаров: несмотря на снижение цен, уменьшение количества сделок, предложение не находит спрос, товарно-материальные запасы растут.

По форме организации выделяют:

– частный рынок – рынок, торговля на котором осуществляется только между частными фирмами и предприятиями;

– государственный и кооперативный рынок – рынок, где купля-продажа товаров осуществляется между различными субъектами рынка, такими как государственные и частные компании, кооператив и государство, частные компании и кооперативы.

Экономико-правовая характеристика потребительского рынка включает в себя организацию деятельности на легальных рынках (то есть в соответствии с законом), полулегальных и нелегальных, которые действуют с частичным или полным нарушением закона и которые находятся в обращении незарегистрированных товаров, незарегистрированных торговых компаний.

Особенно важной особенностью взаимоотношений на потребительском рынке является активное вмешательство государства в регулирование процессов на стадии потребления товаров и услуг путем внедрения усовершенствованной системы правовой защиты потребителей. На местном уровне гарантами исполнения государственной политики в сфере защиты прав потребителей являются структурные подразделения субъектов муниципальных образований.

Потребительский рынок как значимая сфера экономической деятельности непосредственно связан с экономической безопасностью.

Под экономической безопасностью регионального потребительского рынка понимается состояние устойчивости экономической системы потребительского рынка от внешних и внутренних факторов, которые ставят под угрозу его функционирование и развитие и препятствуют реализации законных инте-

ресов всех субъектов, оказывающих экономическое воздействие на потребительский рынок⁹.

Стабильность экономической системы предполагает, способность надлежащим образом реагировать на изменения внешней и внутренней среды – активно воспринимать положительные эффекты и уравнивать угрозы, чтобы обеспечить поддержание оптимальных параметров производительности.

1.2 Факторы и угрозы экономической безопасности потребительского рынка

Усиление проблем развития потребительского рынка тесно связано с появлением и значительным увеличением угроз его экономической безопасности, что значительно увеличивает риск для жизнедеятельности субъекта. Под угрозой действуют все условия, процессы и факторы, препятствующие реализации национальных экономических интересов или представляющие угрозу для них и субъектов хозяйствования. Угрозы возникают в результате преднамеренных или неосознанных действий людей, органов власти и управления, других частей экономики, а также природных факторов.

Источники угроз возникают при неблагоприятном развитии экономических, социальных, политических и других процессов во внешней или внутренней среде системы. Как правило, угрозы делятся на внутренние (криминализация экономики, спад производства, низкая конкурентоспособность продукции, концентрация бедных слоев населения) и внешние (зависимость от импорта большого количества продукции, глобализация экономики). Также существует еще одна классификация, которая разделяет угрозы на прямые (прямая возможность нанесения ущерба устойчивому развитию) и косвенные (косвенная возможность нанесения ущерба устойчивому развитию).

Одним из основных факторов нормального функционирования региона является безопасность на потребительском рынке. Безопасность на потребительском рынке – это сбалансированное снабжение населения товарами и услу-

⁹ Амаров Ш.М. Формирование организационно-экономического механизма регулирования потребительского рынка (на примере Республики Дагестан). Махачкала, 2017. С. 19.

гами, в основном за счет отечественного производства, способность улучшать общепринятые условия жизни населения страны, а также противодействие возникающим угрозам на потребительском рынке.

Проблемы на потребительском рынке, связанные с качеством товаров (работ, услуг), обусловлены не только несовершенством законодательной базы, но и недобросовестностью производителей, исполнителей, продавцов, импортеров, уполномоченных изготовителями (продавцами) лиц, недостаточными мерами правового воздействия на правонарушителей в анализируемой сфере.

На рисунке 3 представлена структура основных внешних и внутренних угроз экономической безопасности потребительского рынка субъекта¹⁰.

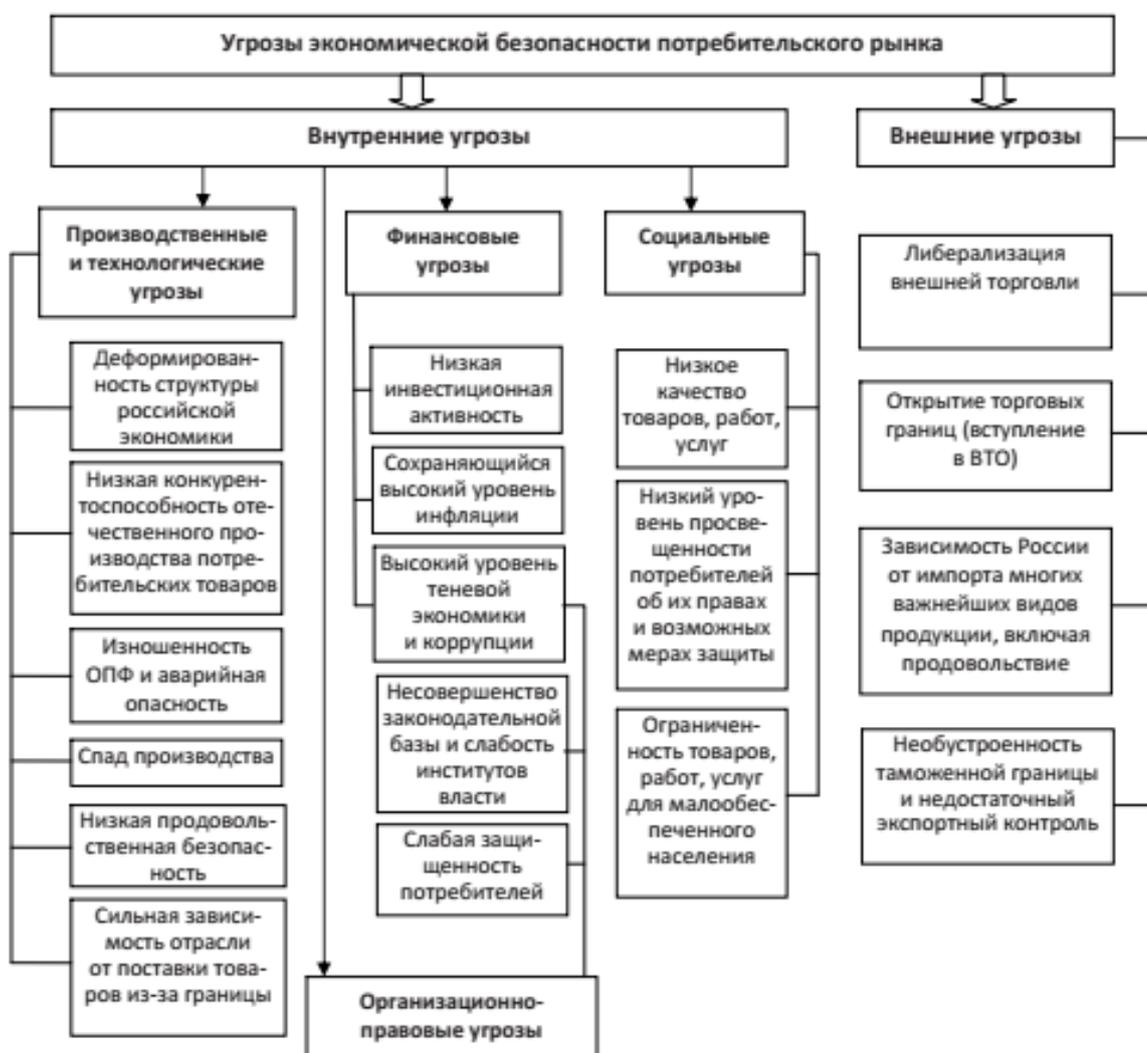


Рисунок 3 – Классификация угроз экономической безопасности потребительского рынка

¹⁰ Агарков Г.А. Угрозы потребительскому рынку региона // Экономика региона. 2016. № 3. С. 212.

Статус защиты от внутренних и внешних угроз выражается следующим образом:

- в предоставлении потребителям качественных товаров, работ или услуг по приемлемым ценам и в необходимом количестве;
- возможность для продавцов совершать деятельность без коррупции и административного давления;
- в организации конкурентной среды для отечественных производителей, а также сохранение рабочих мест при привлечении мигрантов.

Из представленного перечня угроз в большей степени оказывают влияние на продовольственную и непродовольственную безопасность потребительского рынка такие угрозы как производственные и технологические. Из-за взаимосвязи безопасности потребительского рынка и экономической безопасности эти угрозы затрагивают производство и инвестиционный сектор. Производственные и технологические угрозы возникают из-за слабой инвестиционной и инновационной активности и преобладания капитальных вложений в посредническую и финансовую деятельность в ущерб производству. В результате активы производственных и сельскохозяйственных предприятий, которые производят потребительские товары, в большинстве случаев не обновляются, растет физический и моральный износ оборудования, что приводит к увеличению аварийности на предприятиях, а также к снижению качества произведенной продукции.

Между тем производственный сектор принято считать основой для обеспечения продовольственной и непродовольственной безопасности, являющиеся главными составляющими экономической безопасности потребительского рынка. В производственном секторе спад производства и высокая зависимость от поставок товаров из-за границы являются первостепенными угрозами для экономической безопасности потребительского рынка.

Соответственно следствием этого будет являться отказ от внутреннего потребительского рынка в пользу иностранных товаров, полное закрытие определенных отраслей, что в дальнейшем приведет к чреватых социальным последствиям, таким как снижение уровня жизни рабочих и рост безработицы.

Наряду с этим серьезной угрозой продовольственной и непродовольственной безопасности и соответственно, промышленной безопасности, принято считать изменение промышленного производства, которое отражается в его ухудшении.

Данный процесс характеризуется желанием к уменьшению количества «перераспределений», снижению доли обрабатывающей промышленности, производящей потребительские товары.

Нарушение структуры промышленного производства происходит наряду с ростом импорта готовой продукции для потребительского рынка. Такая ситуация оказывает негативное влияние на производство внутри регионов, особенно в отдаленных районах, способствует последующему упадку местной продукции, а также падению сектора, производящего товары для потребительского рынка.

Следует отметить, что под наиболее важной угрозой продовольственной и непродовольственной безопасности считают недостаточно высокую конкурентоспособность отечественных потребительских товаров. Низкая конкурентоспособность определяется недостаточно высоким качеством отечественной продукции, недостаточной развитостью значительной части предприятий легкой и пищевой промышленности, большой энерго- и ресурсоемкостью производства, что влечет большие производственные затраты¹¹.

Потребительский рынок прежде всего является инструментом для развития отечественного производства, поэтому выбор импортной продукции несет угрозу потребительскому рынку.

На современном этапе возможность утраты продовольственной независимости также рассматривается как угроза экономической безопасности потребительского рынка как региона, так и страны в целом.

В связи с изложенным, угроза продовольственной независимости отражаются в уменьшении поставок продовольствия населению, в излишней открытости импортируемых продуктов для отечественного внутреннего рынка, в то же время отвергая собственных производителей от поставок продовольственных и непродо-

¹¹ Агарков Г.А. Угрозы потребительскому рынку региона // Экономика региона. 2016. № 3. С. 226.

вольственных товаров из других регионов страны. Причинами такой ситуации принято выделять дисбаланс между ценами на промышленную и сельскохозяйственную продукцию, отсутствие цен в топливно-энергетическом комплексе и формирование транспортных тарифов.

Следующую группу угроз экономической безопасности потребительского рынка составляют финансовые угрозы, затрагивающие все составляющие потребительского рынка, наибольшему риску подвержен рынок продовольственных и непродовольственных товаров.

Рассмотрим основные существенные финансовые угрозы потребительскому рынку. Первой угрозой следует выделить инфляцию, сохраняющейся на достаточно высоком уровне.

Инфляцию принято понимать как величину, которая характеризует макроэкономическую нестабильность в экономике, снижение покупательской способности, выражающейся в повышении уровня цен. Особенно неравномерно увеличиваются цены на продовольственные товары. При этом цены на продовольственном рынке могут повышаться следующим образом: цены на некоторые группы товаров могут резко вырасти, на другие группы повышаться медленнее, а на остальные товары цены могут совсем не измениться¹².

Следующая финансовая угроза экономической безопасности потребительского рынка – высокий уровень теневой экономики и коррупции. Теневая экономика – это совокупность экономических отношений, преднамеренно скрываемых или искаженных осуществляющими ее субъектами на свой риск, направленных на получение прибыли путем нарушения законодательных, налоговых, административных, трудовых и других норм, наносящих ущерб государству и участникам потребительского рынка. Теневая экономика в сфере потребительского рынка оказывает непосредственное влияние на конечного потребителя и снижает его уровень защищенности, нанося различного рода ущерб¹³.

Теневая экономика наносит ущерб как государству, в том числе и произ-

¹² Андрианов В.Д. Инфляция: причины возникновения и методы ее регулирования. М., 2015. С. 56.

¹³ Эриашвили Н.Д. Теневая экономика как экономическая и правовая категория // Социально-экономические явления и процессы. 2017. № 9. С. 210.

водителям, так и потребителям. Как правило теневая экономика на потребительском рынке может проявляться в нарушениях норм, таких как законодательных, налоговых, а также административных и трудовых. Ущерб, который может быть принесен государству в большинстве случаев вызван уклонением от уплаты налогов, в то время как потребителям – продажей товаров или оказание услуг низкого качества или с нарушением установленных законодательством требований. Качество и безопасность продуктов, как оценка потребителем того, что их свойства соответствуют индивидуальным и социальным ожиданиям, обязательные стандарты в соответствии с их предполагаемым использованием, являются важным компонентом безопасности продовольственных и непродовольственных товаров¹⁴.

Наибольший ущерб, наносимый теневой экономической деятельностью потребительского рынка, является снижение эффективности системы управления экономикой, а также антисоциальное перераспределение доходов общества, которое влечет снижение благосостояния общества в целом.

Основной статистической базой для оценки влияния теневой экономики в сфере потребительского рынка являются данные Министерства внутренних дел РФ.

Основные статьи, позволяющие проанализировать ущерб потребителям:

- ст. 159 УК РФ (мошенничество);
- ст. 14.7 КоАП РФ (обман потребителей).

А также статьи, которые дают косвенную оценку:

- ст. 14.2 КоАП РФ (незаконная продажа товаров, иных вещей);
- ст. 14.4 КоАП РФ (продажа товаров, выполнение работ или оказание услуг ненадлежащего качества или с нарушением установленных законодательством Российской Федерации требований);
- ст. 14.15 КоАП РФ (нарушение правил продажи отдельных видов товаров);
- ст. 188 УК РФ (контрабанда);
- ст. 227 УК РФ (пиратство);
- ст. 238 УК РФ (производство, хранение, перевозка или сбыт товаров и

¹⁴ Сулейманов С.М. Теоретические основы противостояния преступности на потребительском рынке. М., 2017. С. 43.

продукции, выполнение работ или оказание услуг, не отвечающих требованиям безопасности).

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что основные угрозы для потребительского рынка направлены на:

– потребителя (постоянно растущий уровень цен, значительный уровень теневой экономики, который проявляется в продаже товаров ненадлежащего качества или с нарушением требований технических регламентов и санитарных правил, мошенничестве, что как следствие, приводит к снижению уровня жизни населения);

– отечественных производителей (высокая степень износа основных производственных фондов ведет к потере доли рынка и конкурентоспособности товаров, падение отечественного производства, что ставит вопрос о существовании отечественного производителя потребительских товаров (особенно непродовольственных товаров);

– государство (недополучении налоговых доходов вследствие высокого уровня теневой экономики, уязвимость государства вследствие снижения уровня продовольственной и непродовольственной безопасности, снижение уровня жизни населения).

1.3 Современные направления снижения угроз экономической безопасности потребительского рынка

Текущая модернизация российской экономики требует системного подхода, систематического и сбалансированного процесса в отраслевом и территориальном разрезах. Экономическая безопасность потребительского рынка является неотъемлемой частью воспроизводства страны, обеспечивающая взаимосвязь производства и потребления, продажи большинства потребительских товаров и оказания услуг, оказывает существенное влияние на качество и достойный уровень жизни населения. Соответственно поэтому развитие потребительского рынка на современном этапе является важным для экономической безопасности как региона, так и государства в целом.

Основной характеристикой модернизации регионального потребительско-

го рынка является его способность изменяться в соответствии с потребительскими предпочтениями и условиями с учетом особенностей его социально-экономического развития, что достигается в процессе реализации региональных программ, направленных на совершенствование уровня жизни населения.

Функциональный механизм реализации стратегии развития потребительского рынка региона должен включать в себя:

- стратегическое управление развитием потребительского рынка, которое в первую очередь включает долгосрочное планирование и прогнозирование, а именно определение стратегических целей, задач, направлений развития, темпов и пропорций структурной торговой политики в регионе;

- регулирующее воздействие на развитие экономической безопасности потребительского рынка, включая рычаги, такие как различные финансовые и кредитные механизмы, материально-техническое обеспечение развития соответствующих отраслей и стимулирование своевременного осуществления программных мероприятий;

- правовое сопровождение потребительского рынка, которое предполагает разработку комплекса нормативных актов на федеральном и региональном уровнях, способствующих росту коммерческой и инвестиционной активности предприятий и рыночных организаций потребительского рынка, а также регулирование отношений федеральных и региональных властей и администраций субъектов этого рынка в процессе реализации мероприятий, запланированных программой;

- организационную структуру управления потребительским рынком путем определения состава, функций и взаимодействия различных частей административного управления.

Так как немаловажную угрозу на потребительском рынке имеет криминальное или незаконное предпринимательство, которое идет в составе теневого сектора экономики, снижение угроз данного вида предпринимательства позволит увеличить безопасность потребительского рынка и его участников.

Для эффективной борьбы с преступным предпринимательством на потре-

бительском рынке необходимы существенные изменения в институциональной структуре общества, в механизме управления. Без этого невозможно ослабить криминализацию экономики, в том числе противодействовать с незаконным предпринимательством.

Прежде всего, необходимо совершенствовать реформу государственного налогового института, необходимо обеспечить упрощенную процедуру для малых и средних предприятий, освободить пенсионеров, работающих в предпринимательском секторе от налогов, создать механизм налоговых соглашений между предпринимателями и государством для облегчения налоговой системы в обмен на увеличение налоговых платежей. Во внешнеэкономической политике защита предпринимателей требует сочетания свободной торговли и протекционизма, использования нетарифных барьеров. Для защиты отечественных производителей необходима система защиты инвестиций и страхования, в которой в качестве поручителей выступают страховые компании и иностранные банки. Также необходимо сформулировать современный вариант законодательства, предусматривающий строгие меры ответственности за использование методов недобросовестной конкуренции, нарушения договорных обязательств, дискриминации партнеров и системы разрешения коммерческих споров.

Сами предприниматели, руководители предприятий любой юридической организации, трудовые коллективы и общественные организации, внутрихозяйственные представители, государственный аудит и контроль могут быть субъектами специальных мер по предотвращению предпринимательских правонарушений на потребительском рынке.

Следует отметить, что немаловажная роль принадлежит государственным органам, выполняющим контрольные и надзорные функции в сфере предпринимательства:

- Центральный банк РФ осуществляет надзор за деятельностью банков и кредитных учреждений;
- Налоговая служба Минфина России осуществляет контроль за соблюдением законодательства в сфере налогов и сборов;

– Министерство внутренних дел РФ в лице Департамента экономической безопасности выявляет, предупреждает и пресекает экономические и налоговые правонарушения;

– служба по финансовому мониторингу осуществляет контроль за движением крупных денежных средств;

– Антимонопольная служба предупреждает и осуществляет контроль монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции;

– Счетная палата Российской Федерации осуществляет проверку хозяйственной деятельности экономических субъектов;

– Таможенная служба осуществляет безопасность поступающей продукции на потребительский рынок, в том числе защищают рынок от контрафакта.

Необходимо шире распространять аудиторскую деятельность. Основной задачей государства в области потребительского рынка является не только установление строгих правил, но и в условиях, в которых каждый человек извлекает выгоду из цивилизованного ведения дел без нарушения законодательства Российской Федерации. Однако еще нельзя утверждать, что в российской экономической системе произошли позитивные изменения. Необходимо совершенствование системы социально ориентированных и демократических рыночных отношений и перестройка всей экономической системы с целью стимулирования интереса к развитию реального сектора экономики.

Среди приоритетных должны быть меры, направленные на усиление роли власти, повышение доверия к ее институтам, усовершенствование механизмов разработки государственной экономической политики, препятствующей развитию неравномерности динамики экономических процессов. Данные меры могут оказаться результативными только в сочетании с мерами по формированию морального, правового и экономического сознания населения.

Следовательно, борьба с преступным предпринимательством на потребительском рынке является не простой задачей. Это часть общегосударственной стратегии, направленной на нейтрализацию преступности в экономической сфере. Сокращение преступной экономики стало задачей не только для госу-

дарства, его органов, но и для значительной части гражданского населения. Только объединение усилий всех ветвей власти и общества ослабит криминальные процессы в стране в области потребительского рынка.

Что касается общих решений по противодействию коррупции на потребительском рынке, то ключевыми представляются следующие:

- политическая воля и публичное политическое решение;
- целенаправленная поэтапная программа охвата категорий госслужащих новыми мерами противодействия коррупции;
- добровольное ограничение части конституционных прав госслужащих (соблюдение кодекса чести);
- жесткая формализация деятельности госслужащих;
- разработка и введение механизма кадровых историй для госслужащих;
- введение парламентской процедуры проверки законопроектов на коррупциогенность;
- внедрение механизма ответственности (политического, административного, уголовного, морально нравственного) для госслужащих.

2 ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА АМУРСКОЙ ОБЛАСТИ

2.1 Организационно-экономическая характеристика потребительского рынка Амурской области

Экономика Амурской области представляет собой многоотраслевое хозяйство, включающее такие виды деятельности, как лесное и сельское хозяйство, добыча полезных ископаемых, обрабатывающие производства, производство и распределение электроэнергии, воды и газа, транспорт и связь, строительство, оптовая и розничная торговля, здравоохранение и предоставление социальных услуг, образование.

Развитие потребительского рынка является важнейшим фактором обеспечения экономической стабильности области, улучшение условий и качества жизни. В состав потребительского рынка Амурской области входят такие сферы как:

- отдел торговли, общественного питания, рынков, бытовых услуг и перерабатывающей промышленности;
- отдел по защите прав потребителей;
- отдел по организации транспортного обслуживания населения.

На рисунке 4 представлена структура управления по развитию потребительского рынка и услуг Амурской области.

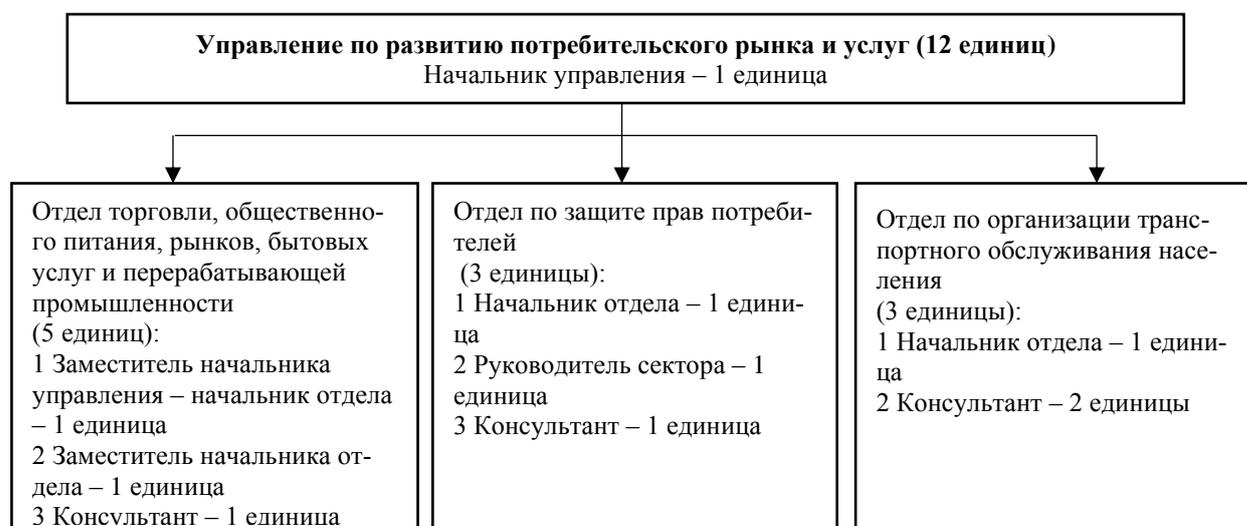


Рисунок 4 – Структура управления по развитию потребительского рынка и услуг Амурской области

Начальник управления является высшим руководителем Управления по развитию потребительского рынка и услуг.

Рассмотрим функции каждого из отделов в Управлении по развитию потребительского рынка и услуг:

– отдел торговли, общественного питания, рынков, бытовых услуг и перерабатывающей промышленности:

а) участие в разработке и осуществлении социально-экономических программ по вопросам потребительского рынка;

б) разработка проектов муниципальных правовых актов по вопросам регулирования потребительского рынка, а также участие в разработке проектов нормативно-правовых актов Амурской области;

в) проведение мониторинга потребительского рынка (цен, наличия товара, товарооборота) для принятия оперативных управленческих решений, прогнозирование развития потребительского рынка;

г) координация деятельности предприятий торговли, общественного питания, бытового обслуживания населения;

д) взаимодействие с товаропроизводителями, исходя из интересов населения города, с целью бесперебойного обеспечения его продовольственными и непродовольственными товарами и бытовыми услугами;

е) организация и проведение мероприятий по выявлению и пресечению незаконной торговли в местах, не включенных органами местного самоуправления в схему размещения нестационарных торговых объектов;

ж) подготовка и выдача разрешения и уведомления на право организации розничных рынков;

и) информирование населения через средства массовой информации об изменении ситуации на потребительском рынке;

к) организация обеспечения продовольственными и промышленными товарами первой необходимости пострадавшего населения;

л) организация нестационарной торговли: подготовка и корректировка схемы размещения нестационарных торговых объектов, проведение торгов на

право размещения нестационарных торговых объектов, организация работы по реконструкции объектов;

м) заключение договоров на поставку продуктов питания;

– отдел по защите прав потребителей:

а) рассмотрение жалоб потребителей, консультирование их по вопросам защиты прав потребителей;

б) обращение в суды в защиту прав потребителей;

в) направление в уполномоченные контрольно-надзорные органы информации, материалов, указывающих на наличие административных правонарушений;

г) взаимодействие и принятие участия с федеральными и региональными органами исполнительной власти, органами прокуратуры в мероприятиях по осуществлению контроля (надзора) за исполнением действующего законодательства о применении контрольно-кассовой техники, об обороте и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции, о торговле в Амурской области;

д) проведение мероприятий по выявлению и пресечению торговли в неустановленных местах;

е) разработка образцов претензий и исковых заявлений по типичным нарушениям прав потребителей к изготовителям, исполнителям, продавцам;

– отдел по организации транспортного обслуживания населения:

а) разработка проектов правовых актов органа местного самоуправления и внесение предложений о совершенствовании нормативно-правовой базы, направленных на создание условий для предоставления транспортных услуг населению и организацию транспортного обслуживания населения;

б) разработка и контроль исполнения муниципального заказа на выполнение работ и оказание услуг на перевозку пассажиров с привлечением всех видов транспорта, в том числе немunicipального транспорта на договорной основе;

в) осуществление контроля за исполнением законов и иных нормативно-

правовых актов Российской Федерации, администрации Амурской области, муниципальных правовых актов по вопросам, входящим в компетенцию отдела;

г) осуществление взаимодействия с субъектами малого предпринимательства на пассажирском транспорте.

Торговля является одним из наиболее динамично развивающихся секторов, это самостоятельный сектор экономики и важный бюджетобразующий компонент – она занимает первое место, а ее доля в структуре налоговых поступлений в бюджет составляет 39,9 %. По данным Федеральной службы государственной статистики объем валового регионального продукта в Амурской области в 2019 году составил 275,5 млрд. руб., в 2018 году ВРП сложился на уровне 273,8 млрд. руб., в 2017 и в 2016 ВРП составил 266,1 млрд. руб. и 271,1 млрд. руб. соответственно¹⁵.

Динамика ВРП Амурской области составлена автором и представлена на рисунке 5.

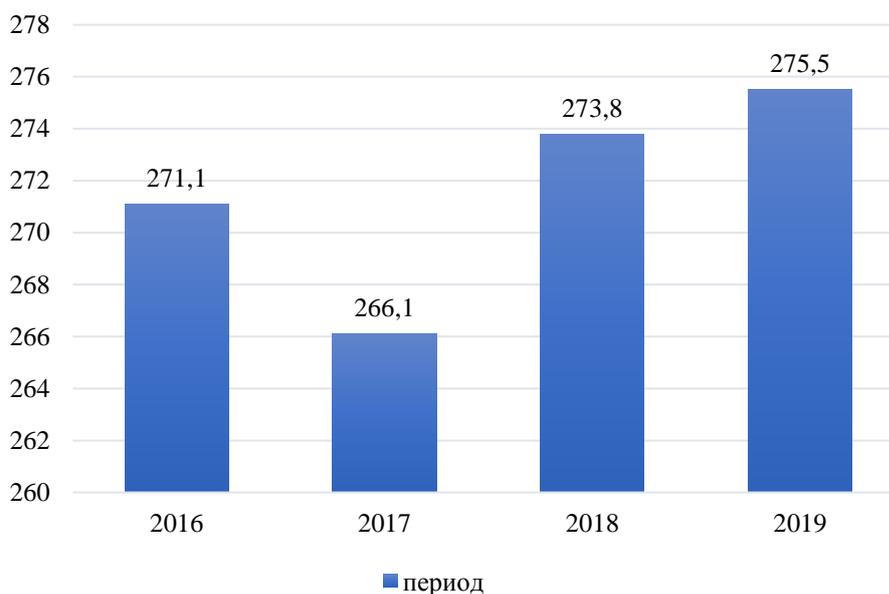


Рисунок 5 – Динамика ВРП Амурской области за 2016 – 2019 года, млрд. руб.

Анализ представленных данных показывает, что в среднем ВРП в Амурской области складывается на уровне 271,6 млрд. руб.

¹⁵ Амурская область в цифрах: краткий статистический сборник / сост. Г.А. Давыдова. Благовещенск, 2018. С. 155.

Ведущие отрасли, обеспечивающие основную часть ВВП региона (транспорт, промышленность, строительство, сельское хозяйство, торговля), составляют более 74 %. Доминирующими видами экономической деятельности в структуре ВРП области являются торговля оптовая и розничная, удельный вес которой составляет 1,0 %, добыча полезных ископаемых – 12,1 %, хозяйство, охота и лесное хозяйство – 6,4 %, производство и распределение энергии, воды и газа – 6,4 %, обрабатывающие производства – 3,5 %, прочие – 23,2 %.

Такое направление как развитие розничной торговли несет для Амурской области особую социальную важность, правильное функционирование торговли позволяет удовлетворить спрос потребителей, предоставить рабочие места для населения, увеличить поступления в бюджет региона от налоговых и иных платежей.

Важно заметить, что направление розничной торговли непродовольственными товарами становится все более специализированным. Развивается сеть магазинов по продаже обуви, одежды, мебели, бытовой техники, компьютеров, стройматериалов, канцтоваров и т.д. В Амурской области в сфере торговли возрастает конкурентная среда за счет постоянного увеличения торговых центров, а соответственно и торговых площадей, увеличивается ассортимент предлагаемых товаров и услуг, вслед за этим возрастает предпринимательская активность.

Активно развиваются такие формы торговли как самообслуживание, салонная форма торговли. Расширяется стационарная сеть с современным торговым оборудованием и инвентарем, повышается культура обслуживания покупателей. Все больше открывается магазинов «эконом-класса», таких как «Кэш энд Кэрри», «Копеечка», «Стик», «Прима», «Авоська», «Наш Универсам», «Светофор», «Матрешка» и других, более конкурентоспособных по отношению к рыночной торговле.

С целью выявления динамики основных экономических показателей розничной торговли в системе потребительского рынка Амурской области представим в таблице 1 необходимые сведения.

Таблица 1 – Динамика основных экономических показателей розничной торговли в системе потребительского рынка Амурской области за 2016 – 2019 гг.¹⁶

| Наименование показателей | Значение показателей | | | |
|--|----------------------|----------|----------|----------|
| | 2016 г. | 2017 г. | 2018 г. | 2019 г. |
| Оборот розничной торговли, млн. руб. | 132756,4 | 147412,6 | 153931,1 | 161805,6 |
| Численность населения Амурской области, тыс. чел | 805,7 | 801,7 | 798,4 | 793,2 |
| Темп роста оборота розничной торговли в сопоставимых ценах к предыдущему году, % | 103,7 | 95,0 | 96,7 | 102,3 |
| Макроструктура оборота розничной торговли: - оборот торгующих организаций и индивидуальных предпринимателей в стационарной торговой сети, % | 99,4 | 99,4 | 99,6 | 99,7 |
| - продажа товаров на рынках, % | 0,6 | 0,6 | 0,4 | 0,3 |
| Структура оборота: - продовольственные товары, % | 48,7 | 49,1 | 48,8 | 48,3 |
| - непродовольственные товары, % | 51,3 | 50,9 | 51,2 | 51,7 |
| Оборот розничной торговли на 1 жителя области, руб. | 163781 | 182491 | 191518 | 201815 |
| Оборот розничной торговли розничных торговых сетей, % | 13,2 | 15,1 | 17,0 | 18,6 |
| Индекс потребительских цен на товары, % | 110,6 | 114,6 | 105,6 | 101,3 |
| Объекты розничной торговли, ед. | 7095 | 6991 | 6932 | 6873 |
| Торговая площадь, кв. м | 644582 | 664251 | 695598 | 729588 |
| Норматив обеспеченности населения области торговыми площадями на 1000 жителей, кв. м | 415 | 415 | 550 | 550 |
| Обеспеченность населения торговыми площадями на 1000 жителей, кв. м | 795 | 818 | 866 | 910 |
| Уровень обеспеченности торговыми площадями от норматива, % | 190,3 | 196,1 | 169,3 | 177,6 |

Исходя из таблицы, в настоящее время на потребительском рынке Амурской области функционируют 6873 объекта розничной торговли. В связи с этим наблюдается стабильный рост оборота розничной торговли, с 2016 года он вырос на 29049,2 млн. руб. Оборот розничной торговли на 1 жителя области в 2016 году составлял 16477,1 руб. в то время как к 2019 году этот показатель вырос до 20400 руб. С 2016 по 2019 год торговая площадь предприятий розничной торговли увеличилась на 85,0 тыс. кв. м. и в 2019 году составила 729588 кв. м. При нормативе обеспеченности населения Амурской области торговыми площадями в 550 кв. м., в 2019 году приходится 910 кв. м торговой площади,

¹⁶ Правительство Амурской области [Электронный ресурс]: офиц. сайт. URL: <http://www.vstamur.ru/files/vst/upload/2016/> (дата обращения: 15.05.2020).

что выше норматива на 65,5 %.

Амурская область является таким регионом, где количество торговых площадей на одного жителя превышает установленный норматив в 1,5 раза и данный показатель не перестает расти. Вышеуказанное можно разъяснить тем, что важной уникальностью Амурской области принято считать соседство с Китайской Народной Республикой. В связи с этим развитие торгового предпринимательства имеет зависимость от импорта из КНР в связи с наиболее низкими ценами на товары, это и создает благоприятные условия для формирования и развития рынка Амурской области.

Рассматривая структуру товарооборота Амурской области, можно увидеть, что 99,7 % товаров реализуют индивидуальные предприниматели в стационарной торговой сети, в то время как всего 0,3 % осуществляют продажу на рынках. Кроме того, продовольственные товары в 2019 году занимают 48,3 %, а непродовольственные товары 51,7 % в структуре оборота розничной торговли. В период с 2016 г. по 2019 г. доля непродовольственных товаров в среднем превышает долю продовольственных товаров на 2 %, что является незначительным изменением показателя.

Основные положительные и отрицательные стороны функционирования розничной торговли Амурской области представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Сильные и слабые стороны сектора розничной торговли в Амурской области

| Сильные стороны | Слабые стороны |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">- активное развитие современных форм торговли (супермаркеты, дискаунтеры, крупные торгово-развлекательные центры).- развитие розничных торговых сетей (федеральных, региональных и городских), содействующих увеличению конкурентоспособности субъектов предпринимательской деятельности.- регулирование местной администрацией несанкционированной торговли в городе (сокращение числа рынков, палаток). | <ul style="list-style-type: none">- недоступность магазинов розничной торговли, объединяющих районных изготовителей товаров питания.- недостаточное развитие сети торговых предприятий, соответствующих современным требованиям дизайна, технологического оборудования и применяющих прогрессивные способы сервиса.- имеют место факты теневого оборота, торговли в неустановленных местах. |

Следующим рассмотрим такую сферу потребительского рынка как обще-

ственное питание.

Общественное питание на потребительском рынке играет огромную роль в жизни каждого человека, современного общества в целом и занимает особое место в сфере услуг. В таблице 3 представлены основные показатели в системе общественного питания потребительского рынка Амурской области за 2016 – 2019 гг.

Таблица 3 – Динамика основных показателей в системе общественного питания потребительского рынка Амурской области за 2016 – 2019 гг.¹⁷

| Наименование показателей | Значение показателей | | | |
|---|----------------------|---------|---------|---------|
| | 2016 г. | 2017 г. | 2018 г. | 2019 г. |
| Оборот общественного питания, млн. руб. | 4805,9 | 5643,0 | 5882,2 | 5668,5 |
| Численность населения Амурской области, тыс. чел. | 805,7 | 801,7 | 798,4 | 793,2 |
| Темп роста оборота общественного питания в сопоставимых ценах к предыдущему году, % | 101,4 | 110,7 | 96,5 | 95,2 |
| Оборот общественного питания на 1 жителя области, руб. | 5937,9 | 6968,6 | 7282,4 | 7054,7 |
| Количество предприятий общественного питания всего, ед. | 1334 | 1435 | 1485 | 1493 |
| Из них предприятия общедоступной сети, ед. | 739 | 845 | 910 | 930 |
| Предприятия закрытой сети, ед. | 595 | 590 | 583 | 563 |

Всего на территории Амурской области представлено 1493 объекта общественного питания на 73,4 тысяч посадочных мест, в том числе 930 объектов общедоступной сети (рестораны, бары, кафе, столовые, закусочные, буфеты, кофейни и др.) на 37,4 тыс. посадочных мест, что составляет 50,9 % от общего количества. С 2016 года количество предприятий общественного питания в Амурской области увеличилось на 159 объектов. В общедоступной сети доля кафе составляет 39,5 %, закусочных и столовых – 29,7 %, баров и ресторанов – 23,2 %.

Предприятия общественного питания (рестораны, бары, кафе, закусочные и т.д.) в настоящее время все больше открываются с присутствием современного интерьера, высокого уровня обслуживания и комфортными условия для отдыха.

Обеспеченность населения Амурской области сетью общедоступных предприятий представлена на рисунке 6.

¹⁷ Правительство Амурской области [Электронный ресурс]: офиц. сайт. URL: <http://www.vstamur.ru/files/vst/upload/2016/> (дата обращения: 15.05.2020).

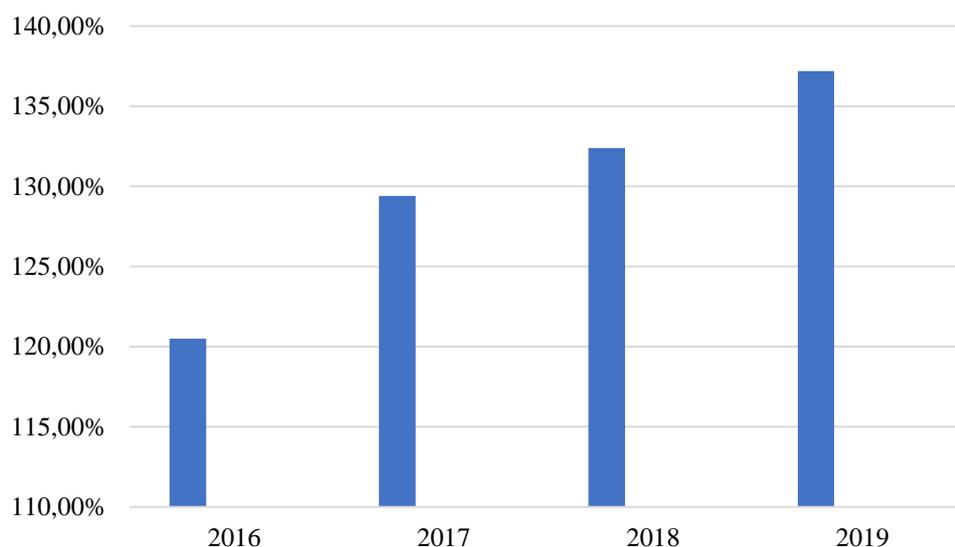


Рисунок 6 – Обеспеченность населения Амурской области сетью общедоступных предприятий

Обеспеченность населения области сетью общедоступных предприятий питания с каждым годом стремительно растет и составляет 137,2 % в 2019 году, 132,4 % в 2018 году, 129,4 % в 2017 году и 120,5 % в 2016 году.

Организации общественного питания в 2019 году реализовали продукции на 5668,5 млн. рублей, что составило 103,2 % к 2019 году (в сопоставимых ценах). Оборот общественного питания на одного жителя области составлен автором и представлен на рисунке 7.

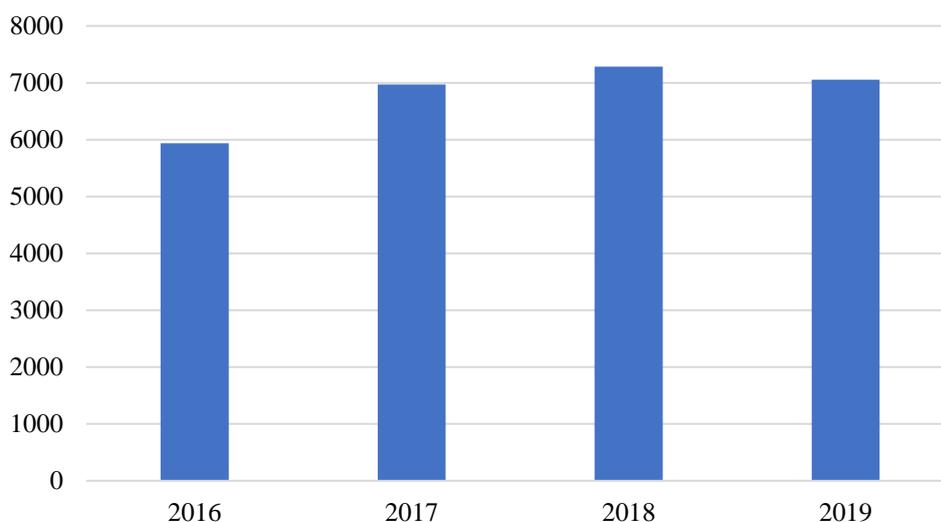


Рисунок 7 – Оборот общественного питания на одного жителя Амурской области, руб.

Следующей сферой потребительского рынка рассмотрим бытовое обслуживание. Сфера бытового обслуживания населения является составной частью рынка услуг и занимает в настоящее время 9,3 % в структуре платных услуг населения.

Бытовое обслуживание населения относится к категории социально значимых, направленное на удовлетворение потребностей населения области в различного рода услугах для их комфортного проживания. Однако несмотря на важность данной сферы качество и уровень предоставляемых услуг с каждым годом снижается. В связи с этим возникают такие проблемы как бесконтрольный рост цен на услуги, уменьшение спроса и как следствие это ведет к сокращению количества предприятий, оказывающих бытовые услуги населению.

Бытовые услуги, оказываемые населению по характеру воздействия на потребительскую стоимость, можно условно разделить на три группы:

- услуги, связанные с созданием новых потребительских стоимостей;
- услуги, направленные на поддержание ранее созданных потребительских стоимостей (услуги ремонтного характера);
- услуги личного характера, направленные на личное обслуживание человека или на улучшение окружающих его условий.

В таблице 4 представлена структура и динамика бытового обслуживания населения в системе потребительского рынка Амурской области.

Таблица 4 – Структура и динамика основных показателей в системе бытового обслуживания потребительского рынка Амурской области за 2016 – 2019 гг.¹⁸

| Вид услуги | 2017 г. | | 2018 г. | | 2019 г. | |
|---|-----------|---------------|-----------|---------------|-----------|---------------|
| | млн. руб. | в % к 2016 г. | млн. руб. | в % к 2017 г. | млн. руб. | в % к 2018 г. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Бытовые услуги | 3503,2 | 107,4 | 3695,4 | 109,3 | 3616,9 | 99,6 |
| в том числе: | | | | | | |
| ремонт, окраска и пошив обуви | 32,1 | 100,4 | 34,7 | 108,8 | 33,1 | 98,2 |
| ремонт и пошив швейных, меховых и кожаных | 305,4 | 105,8 | 319,8 | 108,1 | 324,7 | 101,9 |

¹⁸ Правительство Амурской области [Электронный ресурс]: офиц. сайт. URL: <http://www.vstamur.ru/files/vst/upload/2016/> (дата обращения: 15.05.2020).

Продолжение таблицы 4

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| изделий | | | | | | |
| ремонт и обслуживание автотранспортных средств | 631,2 | 107,2 | 719,3 | 116,4 | 715,4 | 98,3 |
| химчистка и крашение | 12,1 | 102,4 | 13,2 | 102,1 | 14,5 | 105,2 |
| услуги фотографий | 108,3 | 120,4 | 129,4 | 122,4 | 125,7 | 96,5 |
| услуги парикмахерских | 769,8 | 101,9 | 811,7 | 106,4 | 863,7 | 104,7 |

В 2017 году наблюдалось снижение у населения области денежных доходов, что непосредственно повлияло на снижение спроса, а также на снижение объема оказанных бытовых услуг населению на 2,3 % к 2016 году.

В то же время расширяется перечень бытовых услуг, предоставляемых населению Амурской области. Начинают развиваться организации по оказанию бытовых услуг и в отдаленных регионах области.

В 2019 году возрастает количество услуг по ремонту и пошиву швейных, меховых и кожаных изделий, растет количество услуг химчистки и крашения, а также услуги парикмахерских по сравнению с 2018 годом.

Важную роль в структуре бытового обслуживания населения Амурской области играют малые предприятия, они составляют 91,6 % от всех организаций, осуществляющих услуги бытового обслуживания населению.

Малый бизнес охватывает практически все виды бытовых услуг. По таким видам, как ремонт, окраска и пошив обуви, ремонт и пошив швейных, меховых и кожаных изделий, ремонт, пошив и вязание трикотажных изделий, ремонт и техническое обслуживание бытовой радиоэлектронной аппаратуры, бытовых машин и приборов, ремонт и изготовление металлоизделий, ремонт и техобслуживание автотранспортных средств, услуги фотографий и парикмахерских доля частного предпринимательства достигает 95,0 – 99,0 %.

В общем, в результате можно сделать вывод, что региональный потребительский рынок в настоящее время остается одним из наиболее перспективных секторов экономики для развития малого бизнеса. Малый бизнес способен своевременно и максимально гибко реагировать на изменяющиеся условия, предлагать потребителю новые способы удовлетворения разнообразных потребностей.

разных потребностей населения.

По данным органов местного самоуправления если на 1 января 2016 года в области насчитывалось 1897 субъекта, оказывающих бытовые услуги, то на 1 января 2019 года уже насчитывается 2630 субъектов, количество субъектов выросло на 36,5 %, из которых 75 % осуществляют свою деятельность в городской местности.

Наиболее перспективными видами услуг являются: ремонт и техническое обслуживание автотранспортных средств, ремонт и строительство жилья, парикмахерские и косметологические услуги, услуги по ремонту сложной бытовой техники. Также в Амурской области расширяется и перечень прочих услуг – это оказание услуг праздничных агентств, услуг по досмотру за детьми, услуги репетиторства, а также косметические услуги, оказываемые населению.

2.2 Анализ индикаторов экономической безопасности потребительского рынка Амурской области

Для диагностики экономической безопасности потребительского рынка Амурской области необходимо применять метод индикативного анализа, расчет которого позволит сделать вывод о степени защищенности потребительского рынка области и его участников. Таким образом, опираясь на данный подход, экономическую безопасность потребительского рынка принято рассчитывать с использованием показателей (критериев), которые позволят дать оценку наличию, характеру и уровню угроз экономической безопасности потребительского рынка.

Динамику и степень проявления угроз экономической безопасности потребительского рынка принято рассчитывать путем сравнения текущих показателей и их пороговых значений.

Рассмотрим пять блоков, по которым осуществляют формирование индикаторов экономической безопасности потребительского рынка региона:

- блок оценки качества товаров, работ и услуг потребительского рынка региона;
- блок оценки продовольственной безопасности региона;

- блок оценки продовольственной безопасности региона;
- блок оценки защищенности участников потребительского рынка региона;
- блок оценки безопасности потребительских услуг.

Остановимся сначала на блоке оценки продовольственной безопасности региона, как на одной из важнейших составляющих экономической безопасности потребительского рынка региона.

Анализ состояния продовольственной безопасности Амурской области разберем на примере таких показателей как физическая доступность и экономическая доступность.

Перед анализом этих показателей необходимо сформировать продуктовую потребительскую корзину. Набор продовольственных товаров представлен в таблице 5¹⁹.

Таблица 5 – Потребительская корзина продовольственных продуктов

| Наименование | Единица измерения | Объем потребления (в среднем на одного человека в год) | | |
|--|-------------------|---|------------|-------|
| | | трудоспособное население | пенсионеры | дети |
| Хлебные продукты (хлеб и макаронные изделия в пересчете на муку) | кг | 135,1 | 97,3 | 77,5 |
| Картофель | кг | 101,2 | 81,3 | 89,2 |
| Овощи и бахчевые | кг | 113,8 | 98,6 | 120,1 |
| Фрукты и ягоды | кг | 65,0 | 47,5 | 120,1 |
| Мясопродукты | кг | 59,3 | 55,0 | 45,0 |
| Рыбопродукты | кг | 19,0 | 17,0 | 19,4 |
| Молоко | кг | 285,5 | 255,7 | 355,3 |
| Яйца | штука | 215 | 200 | 210 |
| Масло растительное, маргарин и другие жиры | кг | 11,5 | 10,5 | 5,5 |

Для того, чтобы проанализировать физическую доступность, включающую в себя различный ассортимент продуктов, а также объем реализации непосредственно на территории Амурской области приведем объемы продаж. Объем реализованных за 2019 год продуктов представлен в таблице 6.

¹⁹ О потребительской корзине в Амурской области [Электронный ресурс]: Закон Амурской области от 08.04.2017 № 162-ОЗ. Доступ из справ.-системы «Гарант».

Таблица 6 – Объем реализованных продуктов на территории Амурской области в 2019 году

| Наименование | Единица измерения | Объем реализации |
|------------------------------------|-------------------|------------------|
| Зерновые культуры | тонна | 239802 |
| Картофель | тонна | 3602 |
| Овощи | тонна | 3005 |
| Фрукты и ягоды | тонна | 38 |
| Мясопродукты (расчет в живом весе) | тонна | 27593 |
| Молоко и молочные продукты | тонна | 39455 |
| Яйца | штука | 156224 |

Учитывая, что на 1 января 2019 года население Амурской области составляет 793194 человек, можно сделать вывод, что население области в достатке обеспечено зерновыми культурами, остальные же пункты не удовлетворяются в полном объеме.

При сравнении с 2016 г. в 2019 г. Значительно снизился объем производства по таким видам продовольствия как: по фруктам и ягодам на 15 %, по яйцам на 17,1 %, по молоку и молочным продуктам на 20,83 %. Поэтому в связи с сокращением производства данной продукции в регионе следует во избежание угрозы продовольственной безопасности реализовывать дополнительные меры по восстановлению объемов производства как на региональном уровне, так и на государственном.

Далее необходимо проанализировать экономическую доступность. Следует понять, может ли население покупать минимальный набор продуктов питания. Величина прожиточного минимума за 4 квартал 2019 года на душу населения составлял 12235 рублей, для трудоспособного населения – 13009 рублей, пенсионеров – 9936 рублей, детей – 12727 рублей.

Стоимость минимального набора продуктов питания на 2019 год не превышает 4960 рублей. Стоимость минимального набора продуктов в Амурской области с августа по декабрь 2019 года приведена в таблице 7²⁰.

²⁰ Амурская область в цифрах: краткий стат. сборник / Амурстат. Благовещенск, 2019 С. 15.

Таблица 7 – Стоимость условного набора продуктов питания в Амурской области за 2019 год в рублях

| Месяц | Стоимость |
|----------|-----------|
| Август | 4906,18 |
| Сентябрь | 4910,22 |
| Октябрь | 4916,33 |
| Ноябрь | 4920,36 |
| Декабрь | 4960,78 |

Проанализировав данные таблицы 7, можно сделать вывод, что в целом население Амурской области не имеет проблем с экономическим доступом, но есть проблема с возможностью обеспечения людей с доходами ниже продовольственного порога. Население области со среднедушевым денежным доходом до 10000 руб. составляет около 15 %. Следовательно, важной региональной проблемой является то, что население области необходимо обеспечивать здоровым и полноценным питанием.

По результатам анализа данных показателей, следует, что в Амурской области существуют проблемы с физической доступностью продовольствия для населения. Так как анализ проводился без учета наличия личных хозяйств у населения региона, то данную проблему не принято считать радикальной.

Следующим важным пунктом является безопасность пищевой продукции, под безопасностью пищевой продукции понимается состояние пищевой продукции, свидетельствующее об отсутствии недопустимого риска, связанного с вредным воздействием на человека и будущие поколения.

Наблюдается стремление к оптимизации контроля за качеством продуктов питания для потребления населением Амурской области. В 2016 году была утверждена Стратегия повышения качества пищевой продукции до 2030 года. Задачами данной стратегии являются:

– совершенствование государственного регулирования в области качества пищевой продукции, в том числе в части обеспечения государственного контроля (надзора) и применения мер административной ответственности за несоблюдение изготовителем (исполнителем, продавцом, лицом, выполняющим функции иностранного изготовителя) требований к качеству пищевой продукции;

- создание единой информационной системы прослеживаемости пищевой продукции;
- разработка и внедрение системы управления качеством пищевой продукции;
- совершенствование и развитие методологической базы для оценки соответствия показателей качества пищевой продукции;
- приоритетное развитие научных исследований в области питания населения, в том числе в области профилактики наиболее распространенных неинфекционных заболеваний и разработки технологий производства, направленных на повышение качества пищевой продукции;
- совершенствование и развитие нормативной базы в сфере качества пищевой продукции, включая правовые аспекты, связанные с эффективными компенсационными механизмами защиты прав потребителей²¹.

Следующим рассмотрим блок оценки защищенности участников потребительского рынка. Данная оценка проводится за счет методики рейтинга каждого субъекта. Каждый субъект Российской Федерации исследуется по четырем параметрам:

- информативность, достаточность и доступность информации, размещенной для информирования и консультирования потребителей на официальных интернет-сайтах Управлений Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей в субъектах Российской Федерации;
- информативность, достаточность и доступность информации, размещенной для информирования и консультирования потребителей на официальных интернет-сайтах Роспотребнадзора в субъектах Российской Федерации;
- информативность, достаточность и доступность информации, размещенной для информирования и консультирования потребителей на официальных интернет-сайтах органов исполнительной власти, наделенных полномочиями по решению вопросов защиты прав потребителей в субъектах Российской Федерации;
- информативность, достаточность и доступность информации, разме-

²¹ Об утверждении Стратегии повышения качества пищевой продукции до 2030 года [Электронный ресурс]: Распоряжение Правительства Амурской области от 29.06.2019 года № 1364. Доступ из справ.-системы «Гарант».

щенной для информирования и консультирования потребителей на официальных интернет-сайтах органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации по контролю и надзору в сфере предоставления потребителям жилищно-коммунальных услуг.

В таблице 8, составленной автором, представлен рейтинг Амурской области в области оценки защищенности участников потребительского рынка.

Таблица 8 – Рейтинг Амурской области в области оценки защищенности участников потребительского рынка за 2016 – 2019 годы

| Год | Количество баллов | Место в рейтинге | Пороговое значение | Уровень защищенности потребителей |
|------|-------------------|------------------|--------------------|-----------------------------------|
| 2016 | 80 | 41 | 79 | высокий |
| 2017 | 170 | 28 | 230 | средний |
| 2018 | 162,8 | 61 | 150 | средний |
| 2019 | 231 | 35 | 283 | средний |

Рейтинг дает преимущество участникам системы прав потребителей, в которую входят потребители, объединения потребителей, а также руководители и главы субъектов Российской Федерации в полном объеме узнать оценку деятельности в сфере защиты прав потребителей.

Таким образом, можно сделать вывод, что в Амурской области достаточно высокий уровень защищенности участников потребительского рынка.

Приоритетами в поддержании высокого уровня защиты потребителей являются несколько направлений: это контроль качества потребительских товаров, уровня потребительских цен на жизненно важные товары, услуги и работы, создание полноценной и действенной системы защиты потребителей, а также вклад в просвещенность и образованность потребителей.

2.3 Оценка экономической безопасности потребительского рынка Амурской области

Роль динамично развивающегося потребительского рынка для экономики России существенна: от качества предоставляемых товаров, работ, услуг зависит уровень жизни, от уровня производства потребительских товаров – экономическая безопасность страны. Между тем, в данное время потребительский рынок испытывает на себе действие многих сокрушительных факторов, кото-

рые ведут к экономическому упадку и уменьшают уровень защищенности его участников. Именно низкое производство отечественных товаров и товаров, производимых в регионе, является одним из таких факторов.

Доля импорта отдельных товаров в их ресурсах в среднем составляет около 45 % (по некоторым товарным группам, например обувь кожаная, этот показатель достигает 70 %) легкая промышленность обеспечивает население отечественными товарами на 17 %.

Методика оценки влияния потребительского рынка на экономическую безопасность показывает, какова роль потребительского рынка территории в создании угроз экономической безопасности на этой территории и какова роль потребительского рынка в нейтрализации этих угроз.

Для количественной оценки степени влияния факторов потребительского рынка на экономическую безопасность региона принято использовать метод весовых коэффициентов.

Метод основан на оценке влияния факторов потребительского рынка на показатели экономической безопасности по сферам жизнедеятельности, по которым проводится анализ экономической безопасности.

Рекомендации по выбору показателей-индикаторов для оценки вклада потребительского рынка в экономическую безопасность представлены в таблице 9. Таблица 9 – Показатели для оценки вклада экономической безопасности потребительского рынка в экономическую безопасность Амурской области

| Сфера экономической безопасности | Показатель |
|--|---|
| 1 | 2 |
| 1 Способность экономики территорий к устойчивому росту | |
| Инвестиционная безопасность | Доля инвестиций в предприятия пищевой, текстильной промышленности, сельское хозяйство в общей доле инвестиций, ЖКХ |
| Производственная безопасность | Доля предприятий, производящих товары для потребительского рынка в общем объеме промышленных предприятий территории |
| Внешнеэкономическая безопасность | Доля экспорта потребительских товаров в суммарном экспорте территорий |
| Финансовая безопасность | Отношение суммарной кредиторской задолженности предприятий потребительского рынка к общему объему |

| 1 | 2 |
|--|---|
| | кредиторской задолженности в экономики Амурской области |
| Энергетическая безопасность | Доля потребления тепло- электроэнергии в коммунально – бытовом хозяйстве от общего потребления |
| 2 Обеспечение приемлемого уровня существования на территории | |
| Уровень жизни | Доля расходов на покупку продуктов питания и алкогольных напитков в общей величине потребительских расходов населения |
| Рынок труда | Отношение численности населения, занятого в сфере потребительского рынка, к общей численности населения, занятого в экономике на территории |
| Демографическая безопасность | Общий коэффициент смертности населения от случайного отравления (воздействия) алкоголем |
| Правопорядок | Доля зарегистрированных правонарушений на потребительском рынке к общему количеству нарушений |
| Продовольственная безопасность | Вклад учитывается с единичным весом |

Потребительский рынок обеспечивает функционирование экономики региона в разрезе сфер его жизнедеятельности более чем на 1/4, что является существенным вкладом.

Таким образом, развитие областного потребительского рынка в настоящее время можно охарактеризовать следующими факторами:

- область в значительной степени обеспечивает себя основными продуктами питания;
- рост производства основных видов продукции за последние годы, наряду с увеличением ассортимента и повышением качества, позволили товаропроизводителям не только улучшить свои позиции на потребительском рынке области, но и активно заниматься вывозом готовой продукции за ее пределы;
- область все еще вынуждена ввозить продовольственные товары в больших количествах. Во многих случаях ввоз ряда готовых продовольственных товаров экономически оправдан, так как является дополнением к собственному производству и расширяет продовольственный рынок для удовлетворения различных запросов потребителей.

Потребительский рынок области имеет значительный потенциал для

дальнейшего развития. В первую очередь необходимо совершенствование работы по защите и поддержке местных товаропроизводителей и улучшению условий для реализации выпускаемых товаров, по формированию системы, способствующей оптимизации соотношения местных, отечественных и импортных товаров. Для улучшения качества продукции необходимо разрабатывать новые технологии производства и использовать высококачественное оборудование, так же необходимо повышать уровень защиты потребителей.

3 ПОВЫШЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА АМУРСКОЙ ОБЛАСТИ

3.1 Проблемы обеспечения экономической безопасности потребительского рынка Амурской области

На основании анализа потребительского рынка Амурской области одной из важных проблем экономической безопасности рыночных отношений является проблема формирования и эффективного развития потребительского рынка. Эффективность экономики на потребительском рынке выражается в ценовом балансе, товарных потоках, достаточном количестве и высоком качестве предлагаемых товаров и услуг, а также гарантией качества жизни людей.

Одной из основных проблем обеспечения экономической безопасности потребительского рынка в Амурской области является неравенство территориального развития, что приводит к дисбалансу спроса и предложения и неравномерному экономическому развитию потребительского рынка.

Проведенное исследование потребительского рынка Амурской области дает возможность сформулировать основные проблемы отраслей потребительского рынка. Основные проблемы экономической безопасности потребительского рынка товаров и услуг Амурской области представлены в таблице 10.

Таблица 10 – Основные проблемы экономической безопасности потребительского рынка товаров и услуг Амурской области

| Проблема | Содержание проблемы |
|--|---|
| 1 | 2 |
| Недостаточная эффективность регулирования потребительского рынка товаров и услуг | <ul style="list-style-type: none">- недостаточное внимание со стороны государства и местных органов власти к функционированию отдельных секторов потребительского рынка;- непоследовательность и неоднозначность в толковании определенных положений в правилах для потребительского рынка;- отсутствие в некоторых случаях четкого разграничения полномочий по регулированию деятельности торговых организаций между властями разных уровней;- несогласованность в существующих правовых актах, регулирующих торговые отношения;- избыточность правовых норм;- злоупотребление властью со стороны местных властей |
| Низкий уровень развития инфраструктуры | <ul style="list-style-type: none">- высокая стоимость недвижимости и стоимость аренды, высокая стоимость на проведение коммуникаций; |

| 1 | 2 |
|---|---|
| потребительского рынка товаров и услуг | <ul style="list-style-type: none"> - недостаточное развитие транспортной инфраструктуры (особенно в отдаленных районах Амурской области); - слабые экономические связи между производителями и коммерческими организациями; |
| Дефицит кадров | <ul style="list-style-type: none"> - низкая квалификация кадров на всех уровнях; - недостаток кадров |
| Проблемы развития малого бизнеса в торговле | <ul style="list-style-type: none"> - наличие административных барьеров в организации и деятельности малых предприятий; - высокий уровень конкуренции из-за активного роста торговых площадей; - недостаточная разработка государственных программ, стимулирующих развитие предпринимательства и развитие потребительского рынка; - недостаток финансовых ресурсов; - трудности в реализации права выкупа арендованного помещения; - низкий уровень франчайзинга в регионе |
| Слабая привлекательность отдельных регионов | <ul style="list-style-type: none"> - низкие доходы на душу населения и низкая плотность населения на некоторых территориях; - недостаточное развитие инфраструктуры потребительского рынка в отдаленных районах; - слабое развитие логистики в отдаленных районах; |
| Низкая конкурентоспособность местных предприятий и организаций потребительского рынка | <ul style="list-style-type: none"> - недостаток денежных средств в нужном объеме; - недостаточно эффективная поддержка малых и средних предприятий; - недостаточная реализация инноваций в отдельных секторах потребительского рынка товаров и услуг |

Проанализировав данную таблицу, можно сделать вывод, что одной из наиболее острых проблем, препятствующих развитию сектора внутренней торговли, является недостаточный уровень развития инфраструктуры. В этом случае под инфраструктурой понимаются не только базовые объекты инфраструктуры, такие как дороги, порты, склады, коммерческие объекты, сети электроснабжения, но и инфраструктура обслуживания для коммерческого сектора, включая наличие необходимого количества высокоразвитых логистических компаний, дистрибьюторов и оптовых поставщиков, которые сертифицируют и лицензируют организации, рекламные компании и учебные заведения.

Проблемы в сфере инфраструктуры обслуживания включают слабые экономические связи между производителями и коммерческими организациями; недостаточный уровень развития сотрудничества; наличие большого количества посредников между мелкими производителями и небольшими коммерче-

скими организациями.

Основной проблемой среди торговых организаций всех товарных сегментов является низкая дорожная доступность многих населенных пунктов и даже отсутствие дорожных связей между отдельными территориями. Такое положение дел не позволяет доставлять товары во многие регионы вовремя и в достаточных количествах и нарушает процесс обмена товарами между регионами.

Ситуация со складскими площадями аналогична. Для таких товаров, как продукты питания, требующие особых условий хранения, проблема отсутствия складов приводит к тем же последствиям, что и низкая доступность дорог. Проблема также заключается в сложности и непрозрачности процедуры получения земельных участков и разрешений на строительство торговых и логистических объектов. Зачастую коммуникации приходится проводить самим организациям, такие затраты увеличивают стоимость объекта, а в последствии это влияет и на стоимость товаров. Данная ситуация в большинстве случаев снижает инвестиционную привлекательность отрасли, от этого строительство новых торговых и логистических объектов оттягивается на более долгий срок.

Так же немаловажной проблемой является недостаток квалифицированных кадров (преимущественно среднего и высшего звена). Торговая отрасль предлагает рабочие места всего одной пятой части экономически активного населения страны с уровнем заработной платы, соответствующей среднему по стране. Тем не менее, существует значительная нехватка и недостаточная квалификация персонала в отрасли, что в основном связано с быстрым ростом в последние годы и низким социальным престижем низкоквалифицированных рабочих мест.

Персонал, занятый в розничной торговле, условно можно разделить на три категории:

- низко квалифицированный персонал, к ним относятся кассиры, продавцы, грузчики;
- персонал средней квалификации, к ним относятся менеджеры магазинов, руководители отделов;

– топ-менеджмент, к этой категории относят высшее руководство розничных компаний.

Наибольшая нехватка рабочей силы наблюдается среди работников низкой квалификации и среднего звена. Проблемы найма неквалифицированного персонала связаны, прежде всего, с низким уровнем заработной платы, высокой текучестью кадров, низкой мотивацией к работе и низким уровнем престижа профессии. Текучесть кадров в этой категории достаточна высока, а в некоторых случаях спрос может превышать предложение. Также наблюдается нехватка квалифицированных работников среднего и высшего уровня, что связано с бурным развитием розничной торговли.

Можно отметить, что в последнее время активно реализуется административная реформа. Серьезные препятствия включают необходимость получения значительного количества разрешений, наличие чрезмерной налоговой и статистической отчетности. Поэтому актуальность решения проблемы дальнейшего сокращения количества необходимых разрешений и отчетных документов сохраняется.

Одним из значительных барьеров, ограничивающих развитие малого бизнеса, является нехватка финансовых ресурсов. Отсутствие финансирования означает: отсутствие доступа к банковским кредитным услугам как для пополнения оборотных средств, так и для реализации инициированных или планируемых инвестиционных проектов; отсутствие кредита для начинающих предпринимателей (стартапов). Большинство российских предпринимателей испытывают значительные трудности с привлечением средств как в начале, так и в процессе развития бизнеса. Существующие механизмы государственной поддержки такие как субсидирование процентных ставок, предоставление государственных гарантий по кредитам являются эффективными, только если небольшая компания работает на рынке не менее нескольких лет. Получить кредит довольно сложно для начального бизнеса (стартапа). Поэтому необходимо совершенствовать механизмы финансовой поддержки стартапов, предполагающие разделение рисков между государством и коммерческими банками.

3.2 Направления минимизации угроз экономической безопасности потребительского рынка Амурской области

В рамках дипломной работы предлагается разработать и внедрить концепция, основной целью которой станет повышение уровня экономической безопасности потребительского рынка Амурской области. В качестве стратегической цели разрабатываемой концепции, предложено определить повышение уровня и качества жизни населения региона за счет повышения уровня экономической безопасности потребительского рынка региона. Таким образом, в рамках концепции предлагается обеспечить создание эффективного функционирующего и регионального рынка продукции, товаров, работ и услуг на территории Амурской области.

Предлагаемая концепция не противоречит действующим на территории Российской Федерации доктринам и концепциям экономической безопасности, которые основаны на положениях федерального закона от 28.12.2010 г. № 390-ФЗ (в ред. от 06.02.2020 г.) «О безопасности». Необходимо отметить, что при разработке современных концепций и стратегий экономической безопасности на региональном уровне, законодателем уделялось недостаточное внимание аспектам защиты прав потребителей. Разрабатываемой концепцией предлагается учесть указанный недостаток и устранить его.

Механизм реализации разрабатываемой концепции предлагается представить на основе трех блоков, характеристика которых представлена ниже.

Блок 1. Формирование исходных данных для разработки стратегии.

Рассматриваемый блок основан на сборе, сортировке, группировки и обработки информации, которая станет исходной информацией для разработки концепции экономической безопасности потребительского рынка товаров, продукции, работ и услуг на территории Амурской области. В качестве информации, которая должна быть подвергнута анализу и оценке, следует выделить экономические показатели, отражающие уровень социально-экономического развития региона. Анализ и оценка указанных показателей позволит выявить текущие проблемы экономической безопасности региона с выявлением причин

их появления и потенциальных негативных результатов.

Блок 2. Мониторинг текущей ситуации потребительского рынка продукции, товаров, работ и услуг на территории Амурской области.

Рассматриваемый блок разработки концепции экономической безопасности потребительского рынка региона предполагает внедрение системы мониторинга экономических показателей, а также факторов внешней и внутренней среды, которые позволяют определить особенности современного состояния потребительского регионального рынка. Внедрение системы мониторинга предполагает создание Центра мониторинга экономической безопасности потребительского рынка на территории Амурской области.

Необходимость создания Центра мониторинга регионального потребительского рынка, обусловлена следующими факторами:

- отсутствие практики постоянного мониторинга уровня экономической безопасности потребительского рынка на территории региона;
- деятельность действующих институтов направлена на выявление общей ситуации на потребительском рынке, без выявления вызовов и угроз экономической безопасности, а также не предполагающей оценку текущего уровня экономической безопасности потребительского рынка региона;
- далеко не во всех субъектах Российской Федерации созданы и текущий момент действуют учреждения, деятельность которых направлена на мониторинг текущей ситуации.

Основными задачами Центра мониторинга должны стать:

- систематический контроль над уровнем экономической безопасности потребительского рынка Амурской области;
- разработать и представить на утверждение Правительству Амурской области проект паспорта экономической безопасности региона;
- выявить текущие проблемы экономической безопасности потребительского рынка продукции, товаров работ и услуг на территории Амурской области;
- разработать, согласовать, утвердить и внедрить направления повы-

шения уровня экономической безопасности потребительского рынка Амурской области.

Особое значение при разработке Центра мониторинга экономической безопасности регионального рынка, является формирование отделов учреждения. В качестве таких отделов, предлагается создать:

- научно-методический отдел. Основными функциями отдела должны стать:
 - исследование текущей ситуации на региональном потребительском рынке от основных видов продукции, товаров, работ и услуг;
 - выявление вызовов и угроз экономической безопасности потребительского рынка;
 - определение пороговых значений индикаторов экономической безопасности потребительского рынка;
 - определение степени влияния вызовов и угроз на экономическую безопасность регионального потребительского рынка;
 - разработка и внесение корректив по устранению угроз экономической безопасности потребительского рынка на уровне методологической базы учреждения;
 - уточнение действующих форм отчетности субъектов бизнеса;
 - совершенствование действующих форм отчетности субъектов бизнеса, в целях внедрения дополнительных показателей, позволяющих получить более полные и объективные сведения о текущем уровне экономической безопасности потребительского рынка на территории Амурской области;
- расчетный отдел. Основными функциями отдела должны стать:
 - анализ и оценка показателей экономической деятельности субъектов предпринимательства на территории региона;
 - формирование отчетов на основе проведенного анализа;
 - представление отчетов в аналитический отдел учреждения для дальнейшей оценки;

- аналитический отдел. Основными функциями отдела должны стать:
 - анализ и оценка результатов работы расчетного отдела учреждения;
 - группировка и сортировка полученной информации;
 - использование полученной информации для формирования паспорта экономической безопасности потребительского рынка региона;
 - отдел по разработке сценариев развития потребительского рынка.

Основными функциями отдела должны стать:

- оценка информации о показателях, отражающих уровень экономической безопасности субъектов предпринимательства;
- выявление сложившихся тенденций и проблем;
- разработка мероприятий, направленных на повышение уровня экономической безопасности потребительских рынков регионов;

- координационный отдел. Основными функциями отдела должно стать осуществление совместной работы с министерствами, территориальными органами федеральных служб, ведомствами и другими государственными (муниципальными) учреждениями по вопросам формирования и утверждения паспорта экономической безопасности потребительских рынков продукции, товаров, работ или услуг на территории региона.

В качестве документального результата деятельности Центра мониторинга, следует отметить паспорт экономической безопасности потребительского рынка региона, в котором должны отражаться следующие аспекты:

- исходная информация, использованная для оценки уровня экономической безопасности потребительского рынка региона;
- текущее состояние экономической безопасности регионального потребительского рынка;
- современные вызовы и угрозы экономической безопасности потребительского рынка;
- результаты оценки индикаторов экономической безопасности потребительского рынка региона;

– итоговый уровень экономической безопасности потребительского рынка региона.

Блок 3. Разработка мероприятий, направленных на повышение уровня экономической безопасности потребительского рынка региона.

В качестве основного результата реализации третьего блока предлагаемой концепции, следует предложить направления повышения уровня экономической безопасности регионального потребительского рынка. Исходной информацией для реализации третьего блока, должны стать результаты реализации предыдущих блоков, в частности, текущие вызовы и угрозы, а также проблемы обеспечения экономической безопасности потребительского рынка продукции, товаров, работ и услуг региона.

Следует отметить, что разрабатываемые в рассматриваемом блоке меры, должны стать к действующим концепциям и стратегиям экономической безопасности, реализуемым на территории Российской Федерации. При этом значимость разработки и внедрения дополнительных мер определяется их целевой направленностью на определенный территориальный потребительский рынок, характеризующийся определенными особенностями и проблемами.

В рамках разрабатываемой концепции, предлагается осуществить разработку мероприятий по следующим направлениям:

– повышение уровня экономической безопасности потребительского рынка определенной территории. В рамках рассматриваемой группы мероприятий следует внедрить:

– дополнение норм действующего законодательства определением понятия «потребительский рынок»;

– формирование мер по достижению требования «прозрачности» в отношении действующего законодательства в рассматриваемой области;

– укрепление законодательных положений по защите прав потребителей (возможна разработка системы или программы защиты потребителей на территории Российской Федерации);

– совершенствование уровня экономической безопасности потреби-

тельских рынков, в частности, продовольственной и непродовольственной безопасности.

Разработка концепции также предполагает разграничение полномочий между уровнями власти:

- федеральные власти должны быть наделены полномочиями по обеспечению контроля над результатами деятельности региональных и местных органов власти, в целях достижения поставленных целей и задачи концепции;

- региональные органы власти должны уделить особое внимание текущим проблемам потребительского рынка на территории определенного региона, на основе которых осуществляется анализ и оценка показателей, отражающих уровень экономической безопасности регионального потребительского рынка;

- муниципальные органы власти должны реализовать конкретные мероприятия, направленные на достижение желаемого уровня экономической безопасности потребительских рынков, предложенные региональными органами власти.

Комплексная работа всех трех уровней власти позволит достичь наиболее высоких результатов реализации предложенной концепции.

Следует отметить, что при разработке концепции экономической безопасности потребительских рынков региона, необходимо уделить особое внимание степени вмешательства государства в систему регулирования потребительских рынков, основная цель которого, должна заключаться в создании условий, позволяющих осуществлять систематические процедуры мониторинга сложившейся ситуации, выявлять текущие проблемы, а также разрабатывать и внедрять меры, направленные на их устранение. При этом существенное значение имеет обеспечение безопасности и интересов потребителей, как одного из основных элементов потребительского рынка.

Таким образом, первоочередным шагом на пути внедрения комплекса мероприятий по повышению уровня экономической безопасности потребитель-

ских рынков, должно стать совершенствование законодательной базы, которая представляет собой основу для дальнейшего внедрения и функционирования концепции. В частности, предлагается внести изменения в федеральный закон от 28.12.2009 г. № 381-ФЗ (в ред. от 31.12.2017 г. № 487-ФЗ) «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» и дополнить его основными положениями в части системы государственного регулирования сферы услуг.

Следующий блок мероприятий должен быть представлен мерами по повышению уровня защищенности потребителей. В частности, предлагается создать программу защиты потребителей, представляющую собой комплекс различных мер, по снижению уровня мошенничества на потребительских рынках по отношению к потребителям. Предлагаемая программа должна включать, в первую очередь, информационное обеспечение, направленное на повышение уровня юридической грамотности потребителей в условиях потребительского рынка.

В рамках мероприятия, предлагается создать Интернет-портал для населения Амурской области, на котором будет представлен весь перечень информации, необходимый потребителю для повышения собственной защищенности. При этом на Центр мониторинга экономической безопасности потребительского рынка Амурской области, должен организовать горячую линию, что позволит потребителям задать имеющиеся вопросы специалистам Центра, а также оформить жалобу на конкретных производителей или продавцов, нарушающих нормы действующего законодательства в сфере защиты прав потребителей.

Помимо представленного мероприятия, следует организовать работу Интернет-сайтов, на которых будут представлены перечни официальных продавцов товаров и продукции, а также перечни предприятий-мошенников и фальсифицированной или контрафактной продукции. Представленные меры позволят комплексным образом организовать защиту потребителей на территориальном рынке товаров, продукции, работ или услуг.

Также необходимо внедрить мероприятие, направленное на сокращение

уровня социальной стратификации (деления общества на социальные слои, как правило, по уровню дохода), а также защиту социально незащищенных слоев населения, посредством повышения качества продуктов питания на региональных рынках, непродовольственных товаров, работ и услуг.

В целях реализации представленных мероприятий, Центром мониторинга экономической безопасности региональных потребительских рынков, следует организовать строгий контроль над качеством продукции, товаров, работы и услуг. Представленные функции должны выполняться Центром мониторинга совместно с Роспотребнадзором, а также территориальными службами потребительского рынка. Для достижения высокой эффективности предложенных мероприятий следует ужесточить систему штрафов за нарушение норм действующего законодательства в отношении организации работы потребительских рынков, защиты прав потребителей, мошенничества на потребительских рынках и коррупции в рассматриваемой сфере.

Также необходимо организовать общий контроль над реализацией представленных мер, который предполагает внедрение следующих направлений контроля:

- внутренний контроль (предполагает обеспечение качества продукции, товаров, работ или услуг на уровне экономических субъектов, осуществляющих предпринимательскую деятельность на территории региона);
- внешний контроль (контроль со стороны общественности, предполагающий организацию проверочных мероприятий в отношении качества товаров, продукции, работ или услуг, присутствующих на определенном территориальном рынке).

Предложенная концепция предполагает внедрение как теоретических, так и практических мероприятий, направленных, в первую очередь, на повышение уровня экономической безопасности потребительских рынков, посредством внедрения комплекса разнонаправленных мер, которые позволят достичь защищенности как потребителей, так и производителей, а также достичь иных экономических и управленческих результатов.

3.3 Оценка эффективности предложенных мероприятий по повышению экономической безопасности потребительского рынка Амурской области

Оценка планируемых результатов внедрения концепции экономической безопасности потребительского рынка Амурской области предполагает выполнение следующих действий:

– оценка текущих результатов работы потребительского рынка продукции, товаров, работ и услуг, а также определение их взаимосвязи с современным уровнем экономической безопасности рынков региона. Ранее проведенное исследование позволило определить современные тенденции развития потребительского рынка отдельных групп продукции, товаров, работ и услуг на территории Амурской области. На основе полученных результатов, сделаны выводы о наличии определенных особенностей и проблем. В связи с чем, возможно определить следующие направления развития потребительских рынков:

- а) сельское хозяйство;
- б) текстильная промышленность;
- в) обувная промышленность;
- г) охранная деятельность (направленная на снижение уровня преступности в регионе).

Следует отметить, что для каждого представленной сферы предпринимательской деятельности, должны быть разработаны определенные меры развития потребительских рынков, исходя из текущего уровня развития, проблем и особенностей;

– разработка сценариев развития потребительских рынков и их влияния на экономическую безопасность в регионе. В качестве сценариев развития, предлагается разработать:

- административный сценарий (предполагает повышение уровня экономической безопасности рынков продукции, товаров, работ и услуг за счет усиления степени влияния государства);
- либеральный сценарий (предполагает повышение уровня экономи-

ческой безопасности рынков продукции, товаров, работ и услуг за счет снижения степени влияния государства);

– оптимальный сценарий (предполагает повышение уровня экономической безопасности рынков продукции, товаров, работ и услуг за счет комплексного влияния на рассматриваемую сферу. Рассматриваемый сценарий представляет собой совокупность мер административного и либерального сценариев).

Учитывая выше представленные сведения, для экономической безопасности потребительского рынка Амурской области, наиболее оптимальным, является оптимальный сценарий, за счет возможности регулирования государственных мер, посредством их ослабления или усиления.

Ожидаемыми результатами реализации предложенной концепции экономической безопасности потребительских рынков, являются:

- повышение эффективности мер, направленных на регулирование экономических процессов в регионе;
- стимулирование развития предпринимательской деятельности в малых населенных пунктах региона;
- повышение уровня кадровой обеспеченности предприятий;
- стимулирование развития прогрессивных форм производства, торговли, оказания услуг и выполнения работ;
- повышение уровня открытости территории.

Предложенные мероприятия позволят повысить уровень экономической безопасности потребительских рынков Амурской области, за счет повышения качества продукции, товаров, работ и услуг, повышение степени открытости законодательной власти в рамках регулирования деятельности потребительских рынков, а также стимулирования развития бизнеса в регионе.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На сегодняшний день важной составляющей современной системы считается потребительский рынок, эффективное совершенствование которого в современных условиях является одной из наиболее важных проблем развития рыночной экономики.

Выработка эффективных и своевременных решений для обеспечения безопасного функционирования рынка, в том числе на региональном уровне, требует совершенствования теоретико-методологических подходов к диагностике экономической безопасности потребительского рынка, а также разработки концепции, направленной на повышение его экономической безопасности.

Торговля является одним из наиболее динамично развивающихся секторов, это самостоятельный сектор экономики и важный бюджетобразующий компонент – она занимает первое место, а ее доля в структуре налоговых поступлений в бюджет составляет 39,9 %.

Развитие розничной торговли имеет огромную значимость для Амурской области с точки зрения удовлетворения потребительского спроса населения, создания дополнительных рабочих мест, роста доли услуг в структуре валового регионального продукта, поступлений в бюджетную систему региона.

В работе была представлена взаимосвязь потребительского рынка с экономической безопасностью региона.

Актуальность рассмотрения потребительского рынка в контексте экономической безопасности обусловлена влиянием на него угроз.

Основными угрозами экономической безопасности потребительского рынка являются:

- низкая конкурентоспособность отечественных потребительских товаров;
- спад производства, сопровождающийся нехваткой производственных мощностей;
- инфляция, сохраняющейся на достаточно высоком уровне;
- высокий уровень теневой экономики и коррупции.

При исследовании таких показателей как физическая и экономическая доступность, было выявлено, что в Амурской области существуют проблемы с физической доступностью продовольствия для населения области. Проблема не является кардинальной, так как приведены показатели лишь местных производителей, без учета наличия личных хозяйств у населения, также было выявлено, что в целом население Амурской области не имеет проблем с экономическим доступом, но есть проблема с возможностью обеспечения людей с доходами ниже продовольственного порога. Население области со среднедушевым денежным доходом до 10000 руб. составляет около 15 %. Поэтому решение проблемы обеспечения здоровым и полноценным питанием всего населения области требует программного подхода и является региональной проблемой.

Следующим важным пунктом является безопасность пищевой продукции, под безопасностью пищевой продукции понимается состояние пищевой продукции, свидетельствующее об отсутствии недопустимого риска, связанного с вредным воздействием на человека и будущие поколения.

В целом тенденция ведет к улучшению контроля за качеством производимой продукции и продуктов питания.

Проведенное исследование показало, что в Амурской области достаточно высокий уровень защищенности участников потребительского рынка.

Потребительский рынок области имеет значительный потенциал для дальнейшего развития. В первую очередь необходимо совершенствование работы по защите и поддержке местных товаропроизводителей и улучшению условий для реализации выпускаемых товаров, по формированию системы, способствующей оптимизации соотношения местных, отечественных и импортных товаров. Для улучшения качества продукции необходимо разрабатывать новые технологии производства и использовать высококачественное оборудование, так же необходимо повышать уровень защиты потребителей.

Исходя из этого, предложены следующие сценарии:

– административный сценарий – повышение экономической безопасности потребительского рынка посредством усиления государственного регули-

рования потребительского рынка и карательных мер;

– либеральный сценарий – повышение экономической безопасности потребительского рынка посредством ослабления государственного регулирования. Существенная роль отводится механизму саморегулирования рынка, а также снижению административного давления, снятию барьеров, снижению уровня контролирующих мероприятий;

– комплексный сценарий – повышение экономической безопасности потребительского рынка посредством комплексного воздействия на субъект. Представляет собой интеграцию административного и либерального сценариев. Комплексный сценарий нацелен прежде всего на создание условий для устранения экономической целесообразности ведения теневой деятельности, мошенничества и обмана потребителей.

В заключении был проведен расчет последствий реализации предложенных сценариев, исходя из полученной оценки изменения экономической безопасности потребительского рынка региона, наиболее приемлемым является комплексный сценарий. При реализации либерального сценария повышение безопасности потребительского рынка произойдет по отношению к уровню защищенности предпринимательской структуры. Однако значительное повышение качества товаров, работ и услуг, а также защищенности потребителей наиболее возможно при реализации административного сценария.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Авдийский, В.И. Национальная и региональная экономическая безопасность России: учеб. пособ. / В.И. Авдийский, В.А. Дадалко, Н.Г. Синявский. – М.: Инфра-М, 2017. – 363 с.
- 2 Агарков, Г.А. Угрозы потребительскому рынку региона / Г.А. Агарков, А.С. Найденов, А.Е. Судакова // Экономика региона. – 2015. – № 3. – С. 211-219.
- 3 Аликперов, И.М. Социально-экономические основы экономической безопасности / И.М. Аликперов // Вестник института цивилизации. – 2016. – № 1. – С. 32-38.
- 4 Антамошкина, Е.Н. Оценка продовольственной безопасности региона: вопросы методологии / Е.Н. Антамошкина // Продовольственная политика и безопасность. – 2015. – № 2. – С. 97-112.
- 5 Анурин, В.Ф. Подходы к определению понятия «потребительский рынок» / В.Ф. Анурин // Интерактивная наука. – 2016. – № 5. – С. 97-98.
- 6 Барикаев, Е.Н. Современные вызовы и угрозы экономической безопасности России / Е.Н. Барикаев. – М.: Юнити-Дана, 2017. – 764 с.
- 7 Безуглая, Н.С. Сущность экономической безопасности предприятия / Н.С. Безуглая // Предприятие: экономика и управление. – 2017. – № 3. – С. 63-67.
- 8 Богомолова, В.А. Экономическая безопасность / В.А. Богомолова. – М.: Юрайт, 2016. – 322 с.
- 9 Бондарская, О.В. Региональная экономика: особенности и условия управления / О.В. Бондарская // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 8. – С. 200-204.
- 10 Волкова, Т.В. Теоретические подходы к оценке экономической безопасности региона / Т.В. Волкова. – СПб.: Питер, 2015. – 48 с.
- 11 Глустеноков, И.В. Формирование эффективной системы экономической безопасности регионов России: дис. ... канд. экон. наук. / И.В. Глустеноков. – М.: Академия, 2016. – 157 с.
- 12 Гончаренко, Л.П. Управление экономической безопасностью: учеб. /

Л.П. Гончаренко, Е.С. Куценко. – М.: КноРус, 2016. – 322 с.

13 Гончаренко, Л.П. Экономическая безопасность / Л.П. Гончаренко. – М.: Юрайт, 2016. – 478 с.

14 Грунин, О.А. Экономическая безопасность организации: учеб. пособие / О.А. Грунин, С.О. Грунин. – СПб.: Питер, 2016. – 160 с.

15 Дадалко, В.А. Продовольственная безопасность: национальные интересы, проблемы, тенденции, риски, перспективы / В.А. Дадалко, Е.Р. Михалко, А.В. Дадалко. – Минск: ИВЦ Минфина, 2016. – 696 с.

16 Забираев, М.В. Экономическая безопасность / М.В. Забираев. – М.: Юрайт, 2016. – 190 с.

17 Загашвили, В.С. Экономическая безопасность / В.С. Загашвили. – М.: Юрайт, 2017. – 182 с.

18 Зорин, С.М. Проблемно-целевой метод регулирования регионально-го потребительского рынка / С.М. Зорин. – М.: Юнити-Дана, 2016. – 267 с.

19 Зорька, Е.И. Подходы к определению понятия «экономическая безопасность» / Е.И. Зорька // Интерактивная наука. – 2016. – № 5. – С. 77-79.

20 Каранина, Е.В. Экономическая безопасность. На уровне государства, региона, предприятия: учеб. / Е.В. Каранина. – СПб.: Интермедия, 2017. – 412 с.

21 Кобелев, Н.Б. Практика применения экономико-математических методов и моделей / Н.Б. Кобелев. – М.: Финстатинформ, 2016. – 242 с.

22 Компанейцева, Г.А. Система экономической безопасности: уровни и механизмы оценки / Г.А. Компанейцева // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – №. 17. – С. 832-836.

23 Костин, В.И. О некоторых факторах, влияющих на национальную безопасность России / В.И. Костин, А.Б. Косыгин // Вестник государственного университета морского и речного флота им. адмирала С.О. Макарова. – 2016. – № 2. – С. 232-233.

24 Кочергина, Т.Е. Экономическая безопасность / Т.Е. Кочергина. – Ростов-н/Д.: Феникс, 2017. – 448 с.

25 Криворотов, В.В. Экономическая безопасность государства и регио-

нов / В.В. Криворотов, А.В. Калина, Н.Д. Эриашвили. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 350 с

26 Кузнецова, Е.И. Экономическая безопасность: учеб. / Е.И. Кузнецова. – М.: Юрайт, 2018. – 294 с.

27 Кузьменко, В.В. Экономическая безопасность: исторический подход к определению сущности / В.В. Кузьменко // «Белые пятна» русской и всемирной истории. – 2016. – № 3. – С. 9-17.

28 Кулешова, О.С. Экономическая безопасность: учеб. / О.С. Кулешова. – М.: Мади, 2016. – 152 с.

29 Кулямина, О.С. Масштабы и причины существования теневой экономики в малом и среднем бизнесе сферы услуг / О.С. Кулямина // Сервис в России и за рубежом. – 2018. – № 1. – С. 173-179.

30 Кунцман, М.В. Экономическая безопасность: учеб. / М.В. Кунцман. – М.: Мади, 2016. – 152 с.

31 Лизина, О.М. Специфика теневых экономических отношений в российских регионах / О.М. Лизина // Контентус. – 2015. – № 12. – С. 44-49.

32 Майорова, Е.Н. Понятие «экономическая безопасность» как правовая категория / Е.Н. Майорова // Вестник Уральского института экономики, управления и права. – 2018. – № 3. – С. 17-26.

33 Манохина, М. Экономическая безопасность в современных условиях / Н.В. Манохина, М.В. Попов, Н.П. Колядин // Экономическая безопасность. – 2016. – № 2. – С. 96-104.

34 Мызин, А.Л. Исследование отраслевых и региональных проблем формирования экономической безопасности / А.Л. Мызин, П.Е. Мезенцев, П.А. Пыхов // Экономика региона. – 2017. – № 3. – С. 81-88.

35 Напалкова, И.Г. Экономическая безопасность: институционально-правовой анализ / И.Г. Напалкова. – М.: Юрайт, 2016. – 244 с.

36 О безопасности [Электронный ресурс]: Федеральный закон Российской Федерации от 28.12.2010 г. № 390-ФЗ. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

37 О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года [Электронный ресурс]: Указ Президента от 13.05.2017 г. № 208. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

38 Олейников, Е.А. Основы экономической безопасности: учеб. пособ. / Е.А. Олейников. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 322 с.

39 Паньков, В.С. Экономическая безопасность: новые аспекты проблемы / В.С. Паньков // Внешняя торговля. – 2016. – № 6. – С. 94-97.

40 Плисецкий, А. Экономическая безопасность: валютно-финансовые аспекты / А. Плисецкий // МЭ и МО. – 2015. – № 25. – С. 25-28.

41 Посуколько, М.С. Экономическая безопасность регионов как основная компонента экономической безопасности России (на примере Ростовской области) / М.С. Посуколько. – М.: Академия, 2015. – 560 с.

42 Рогалева, Н.Л. Рынок потребительских товаров и услуг: современное состояние, проблемы, тренды: моногр. / Н.Л. Рогалева. – М.: Русайнс, 2017. – 160 с.

43 Савин, В.А. Некоторые аспекты экономической безопасности российской экономики / В.А. Савин // Аграрный вестник Урала. – 2015. – № 9. – С. 134-138.

44 Светлаков, А.Г. Экономическая безопасность: учеб. пособ. / А.Г. Светлаков, А.П. Опальский. – Пермь: ФГОУ ВО «Пермская ГСХА», 2016. – 328 с.

45 Сенчагов, В.К. О сущности и основах стратегии экономической безопасности России / В.К. Сенчагов // Вопросы экономики. – 2015. – № 1. – С. 87-92.

46 Сенчагов, В.К. Экономическая безопасность России: учеб. пособ. / В.К. Сенчагова. – М.: Феникс, 2015. – 258 с.

47 Суглобов, А.Е. Экономическая безопасность предприятия: учеб. пособ. / А.Е. Суглобов, С.А. Хмелев, Е.А. Орлова. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 271 с.

48 Судакова, А.Е. Влияние теневой экономической деятельности в сфере потребительского рынка на конечного потребителя / А.Е. Судакова // Известия Коми научного центра УрО РАН. – 2016. – № 13. – С. 114-117.

49 Сулейманов, С.М. Теоретические основы противостояния преступности на потребительском рынке: моногр. / С.М. Сулейманов. – М.: Юнити-Дана, 2017. – 143 с.

50 Тахумова, О.В. Особенности формирования регионального потребительского рынка / О.В Тахумова // Вестник Северо-Кавказского государственного технического университета. – 2016. – № 4. – С. 180-185.

51 Ткаченко, Ю.А. Понятие экономической безопасности и ее значение в современных экономических условиях / Ю.А. Ткаченко, В.С. Ларин // Белгородский экономический вестник. Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, Белгород. – 2016. – № 2. – С. 56-61.

52 Чусова, А.Е. Потребительский рынок России: диагностика отраслевых и региональных проблем / А.Е. Чусова. – Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2016. – 280 с.

53 Экономическая безопасность государства и регионов / ред. В.В. Криворотов, А.В. Калина, Н.Д. Эриашвили. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 350 с.

54 Экономическая безопасность хозяйственных систем / ред. А.В. Колосов. – М.: Юнити-Дана, 2016. – 232 с.

55 Экономическая безопасность: учеб. / ред. Л.П. Гончаренко, Ф.В. Акулинин. – М.: Юрайт, 2015. – 478 с.

56 Экономическая и национальная безопасность: учеб. / ред. Е.А. Олейников. – М.: Экзамен, 2015. – 708 с.

57 Эриашвили, Н.Д. Теневая экономика как экономическая и правовая категория / Н.Д. Эриашвили // Вестник Московского университета МВД России. – 2017. – № 9. – С. 210-214.

58 Юшкевич, О.С. Понятие экономической безопасности / О.С. Юшкевич // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2015. – № 2. – С. 183-185.