


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений
Кафедра международного бизнеса и туризма
Специальность 38.05.02 – Таможенное дело

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
И.о. зав. кафедрой
 В.В. Ульянова
«25» июля 2021 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

на тему: Анализ таможенно-тарифного регулирования импорта обуви в Россию в условиях ЕАЭС

Исполнитель
студент группы 637-ос1



Ю.О. Еркивич

Руководитель
доцент, к.т.н.



Т.А. Мирошниченко

Нормоконтроль



О.В. Шпак

Рецензент



Н.А. Бабкина

Благовещенск 2021

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений

Кафедра международного бизнеса и туризма

УТВЕРЖДАЮ
И.о. зав. кафедрой
Уч. В.В. Ульянова
« 01 » 02 2021 г.

ЗАДАНИЕ

К дипломной работе (проекту) студента

Брковиз Юлии Олеговны

1. Тема дипломной работы (проек-

та) Анализ таможенных-тарифного регулирования импорта обуви в России в условиях ВТО

(утверждено приказом от 25.01.2021 № 103-уч)

2. Срок сдачи студентом законченной работы(проекта) 17.06.2021 г.

3. Исходные данные к дипломной работе (проекту)

учебная литература, ресурсы интернет, статистические данные

4. Содержание дипломной работы (проекта) (перечень подлежащих разработке вопро-

сов): 1. Перечень стран таможенно-тарифного регулирования импорта обуви в условиях ВТО

2. Импорт обуви в страны таможенно-тарифного регулирования импорта обуви в России

3. Прогноз и перспективы таможенно-тарифного регулирования импорта обуви в РФ

5. Перечень материалов приложения (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программ-
ных продуктов, иллюстративного материала и т.п.)

18 таблиц, 10 рисунков

6. Консультанты по дипломной работе (проекту) (с указанием относящихся к ним разде-
лов) —

7. Дата выдачи задания 01.02.2021

Руководитель дипломной работы (проекта) 01.02.2021 г.

(Ф.И.О., должность, ученая степень, ученое звание)

Нуреевская Татьяна Александровна, доцент, к. э. н.

Задание принял к исполнению (дата) 01.02.2021 г.

Бр (подпись студента)

РЕФЕРАТ

Дипломная работа содержит 67 с, 16 таблиц, 10 рисунков, 29 источников.

ТАМОЖЕННО-ТАРИФНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ, ИМПОРТ, ВВОЗ, ОБУВЬ, ГАРМАНИЗИРОВАННАЯ СИСТЕМА, ТАРИФНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ, НЕТАРИФНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

В работе проводится анализ таможенно-тарифного регулирования импорта обуви в Россию в условиях ЕАЭС

Цель работы – провести анализ таможенно-тарифного и нетарифного регулирования импорта обувной продукции в Российскую Федерацию.

Методологической основой для изучения данной работы послужили материалы диссертаций, научные статьи, электронно-справочная информация.

В данном исследовании были использованы такие методы, как анализ, сравнение, наблюдение, графический метод.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
1 Теоретические аспекты таможенно-тарифного регулирования импорта обуви в РФ в условиях ЕАЭС	6
1.1 Правовые основы таможенно-тарифного регулирования импорта в ЕАЭС	6
1.2 Основные факторы, влияющие на рынок обуви	9
1.3 Место различных видов обуви в ТН ВЭД ЕАЭС	
Ошибка! Закладка не определена.	
1.4 Таможенно-тарифное регулирование импорта обуви в РФ в условиях ЕАЭС и другие элементы контроля данного рынка	13
2 Импорт обуви в страны члены ЕАЭС: современное состояние и тенденции развития	19
2.1 Место России на мировом рынке обуви	19
2.2 Анализ российского рынка обуви	
Ошибка! Закладка не определена.	
2.3 Особенности таможенно-тарифного регулирования рынка обуви в России	36
2.4 Динамика ввоза обуви в страны члены ЕАЭС: анализ стоимостных и натуральных показателей	40
3 Проблемы и перспективы таможенно-тарифного и нетарифного регулирования импорта обуви в РФ, в условиях ЕАЭС	48
3.1 Проблемы таможенного регулирования импорта обуви в РФ в условиях ЕАЭС	48
3.2 Перспективы таможенного регулирования импорта обуви в РФ в условиях ЕАЭС	48
Заключение	
Ошибка! Закладка не определена.	

ВВЕДЕНИЕ

Обувь – это продукт, который предназначен для защиты ног от внешних влияний и несет не только эстетические функции, но и утилитарные.

В обувной промышленности используются полуавтоматические машины, так как она является механизированной отраслью. По уровню создания продукции на душу населения оценивают состояние промышленности. В России до конца восьмидесятых годов на человека производилось более трёх пар обуви на одного человека. На сегодняшний день на обувном рынке большую часть занимает обувь импортного производства.

Обувь – это предмет первой необходимости, и в ходе использования гарантирует именно те условия, которые необходимы для содействия нормальной жизнедеятельности организма человека.

В России, в отличие от соседей по Азиатскому региону, растёт потенциал обувного рынка, но и производство не отстаёт.

Современная обувь должна соответствовать комплексу требований, а это – эксплуатационные, эстетические, функциональные.

С 1 июля 2020 года продажа немаркированной обувной продукции в России была запрещена. Это коснулось как оптовой системы продаж, так и розницы, производителей и импортеров. За немаркированную обувь предусмотрена не только административная, но и уголовная ответственность.

Перед производителем в первую очередь стоит задача – обновить и расширить ассортимент конкурентоспособного обувного товара. Так как, в России переход на рыночную экономику, то получается, что теперь новые условия дея-

тельности у отечественных фирм, а также предприятий, занимающихся легкой промышленностью.

На формирование ассортимента и спроса, а также на развитие конструкций и разработку новых видов продукции влияет не только современное развитие экономических, но также и социальных отношений.

Цель работы – провести анализ таможенно-тарифного и нетарифного регулирования импорта обувной продукции в Российскую Федерацию.

Для достижения цели были поставлены и решены следующие задачи:

- проанализировать правовые основы таможенно-тарифного регулирования импорта в ЕАЭС;
- изучить основные факторы, влияющие на рынок обуви;
- изучить таможенно-тарифное регулирование импорта обуви в РФ в условиях ЕАЭС и другие элементы контроля данного рынка;
- рассмотреть место России на мировом рынке обуви и импорт обуви в страны члены ЕАЭС;
- проанализировать проблемы и перспективы таможенно-тарифного и нетарифного регулирования импорта обуви в РФ, в условиях ЕАЭС.

Объектом исследования является российский рынок обуви.

Предметом исследования в данной работе являются особенности таможенно-тарифного и нетарифного регулирования рынка обуви в условиях ЕАЭС.

Методологической основой для изучения данной работы послужили материалы диссертаций, научные статьи, электронно-справочная информация.

В данном исследовании были использованы такие методы, как анализ, сравнение, наблюдение, графический метод.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ТАМОЖЕННО-ТАРИФНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ИМПОРТА ОБУВИ В РФ В УСЛОВИЯХ ЕАЭС

1.1 Правовые основы таможенно-тарифного регулирования импорта в ЕАЭС

ЕАЭС регулирует внешнюю экономическую торговлю на своей таможенной территории с помощью:

- нетарифного регулирования – это использование системы правовых, административных и других способов воздействия на внешнюю торговлю;
- тарифного регулирования – использование таможенного тарифа и системы таможенных пошлин.

Таможенное регулирование в ЕАЭС – это правовое регулирование отношений, которое связано с транспортировкой товаров через таможенную границу ЕАЭС.

Основная цель состоит из регулирования внешней торговли товарами, которая включает в себя защиту внутреннего рынка России и изменению развитых структурных изменений в экономике, соответствующих международному договору между государствами - членами ЕАЭС и законодательством России, при помощи установки ввозных и вывозных таможенных пошлин. На сегодняшний день, на законодательном уровне, данное понятие зафиксировано.¹

На внешнюю торговлю механизмом влияния является применение пошлин для воздействия на обмен товарами между странами ЕАЭС.

¹ Шишканова, Е. Э. Таможенно-тарифное регулирование внешнеэкономической деятельности как инструмент экономической безопасности страны. // Научно-методический электронный журнал «Концепт», 2015. – С. 86–90.

У таможенно-тарифного регулирования имеется ряд целей:

- 1) обеспечить безопасность отечественного производителя от иностранной конкуренции;
- 2) гарантировать приход денежных средств в бюджет;
- 3) стимулировать постепенные структурные изменения в экономике.

В таможенно-тарифном регулировании имеется ряд задач:

- 1) поддержание конкурентоспособности продукции отечественных компаний;
- 2) повышение уровня не только модернизационной, но и к тому же инновационной составляющей экономики;
- 3) поддержка уровня инвестиционной привлекательности отраслей или производств;

Элементы таможенного – тарифного регулирования:

- 1) таможенный тариф;
- 2) ТН ВЭД;
- 3) таможенная пошлина;
- 4) таможенные процедуры;
- 5) тарифные льготы;
- 6) страна происхождения товара;
- 7) таможенная стоимость.

Элементами правовой основы таможенно-тарифного регулирования являются:

- 1) таможенный кодекс РФ
- 2) закон РФ «О таможенном тарифе»
- 3) система подзаконных нормативно-правовых актов по таможенно-тарифному регулированию, издаваемых Президентом и Правительством РФ, и федеральным органом исполнительной власти.

На основании международного договора, и на фоне нынешней глобализации в мировой экономике, построение всех составляющих таможенно-тарифного регулирования сводится к единообразию.

Основными из них служат: «Генеральное соглашение о тарифах и торговле и иные Соглашения ВТО; Конвенция о Гармонизированной системе описания и кодирования товаров²; Таможенная конвенция о международной перевозке грузов с применением книжки МДПЗ; другие многосторонние и двухсторонние международные договоры (такие как, РНБ).»

Не так давно, одним из основных методов регулирования государством во внешней торговле было таможенно-тарифное регулирование.

На сегодняшний день, значение тарифных инструментов становится слабее, это связано с ориентацией на либерализацию торговли.

Поскольку «доктрине об источниках права» следует развиваться в отношении соответствующих пониманий основ действия права, и если, принять к сведению установившуюся практику и обязательства России в рамках вступления в ВТО, то основу таможенно-тарифного регулирования в ЕАЭС составляют нормативные акты, субъектами которых являются:

- правовые акты ВТО и международные договоры государств-членов ЕАЭС с третьими государствами;

- Акты ЕАЭС;

Относящиеся к международной правовой базе, нормативно-правовые акты, равны не только международному, но и национальному уровню правового регулирования таможенно-тарифных отношений, а национальному уровню равняется национальная база.

И так, можно прийти к заключению о том, что в первую очередь существенно таможенно-тарифного регулирования является установка порядка и правил, а также ряд средств и методов для обеспечения и соблюдения регулирующих мер в отношении таможенного тарифного или нетарифного регулирования.

² Конвенция о Гармонизированной системе описания и кодирования товаров: принята в Брюсселе 14.06.1983 г.

С помощью таких составляющих, как: ЕТТ (единый таможенный тариф), способ определения таможенной стоимости продукции, перемещаемой через таможенную границу ЕАЭС, а также порядок подтверждения страны происхождения.

1.2 Основные факторы, влияющие на рынок обуви

Обувь сегодня, помимо предохранения ног от внешних воздействий, считается важным, модным аксессуаром. Среди всех возрастных групп растет спрос на модную и удобную обувь – это является основным фактором, который обуславливает рост мирового рынка обуви.

Помимо этого, рост спроса на обувь связан с увеличением количества людей, которые занимаются спортом. Интерес к спортивной обуви теперь проявляют не только спортсмены, но люди, занимающиеся своим здоровьем, стремящиеся к ведению здорового образа жизни.

Дополнительными факторами, которые содействующими развитию рынка обуви являются:

- увеличение ассортимента продукции;
- увеличение числа населения;
- повышение располагаемой прибыли;

Рынок обуви можно классифицировать следующим образом:

1) по виду продукции:

- спортивная обувь;
- неспортивная обувь;
- повседневная обувь;
- обувь вечерняя;
- военные ботинки;
- легкие сандалии для пеших прогулок.

2) по внешнему виду крайних пользователей:

- мужская обувь;
- женская обувь;
- детская обувь;

3) по виду сырьевого материала:

- резина;
- кожа;
- пластик;
- текстиль;
- водонепроницаемая обувь;
- искусственная солома и другой материал для плетения;
- дерево.

Требования, которые предъявляются к обуви исходя из ее защитных и эстетических функций – это долговечность и износостойкость.

Однако, немаловажную роль играют и нематериальные потребности, которые обусловлены запросами человека и формируются социальной средой.

Получается, что требования к обуви, которые представлены выше влияют на потребление, спрос и эффективность реализации.

Основными показателями значимости обуви на мировом рынке являются показатели качества обуви.³ Они разделены на четыре типа:

- 1) определяющий назначение обуви;
- 2) эксплуатационно-потребительский;
- 3) производственно-технологический;
- 4) экономический.

Показателями, с помощью которых можно определить назначение обуви, являются: род обуви, вид, материалы верха и низа, а также разного рода условия эксплуатации.

Эксплуатационно-потребительские показатели качества разделяют на:

- эргономические свойства;
- санитарно-гигиенические свойства;
- эстетические свойства.

³ Азгальдов, Г.Г. Теория и практика оценки качества товаров: учебное пособие. / Г.Г. Азгальдов. – М.: Изд-во Экономика, 2016. – 256 с.

К показателям производственно-технологического качества можно отнести:

- 1) конструкцию обуви и форму колодки,
- 2) методы формования заготовки на колодке,
- 3) методы крепления низа,
- 4) качество исходных материалов.
- 5) соблюдение технологических норм и предписаний.

Экономические показатели включают в себя:

- 1) отпускные, а также розничные цены;
- 2) себестоимость товара;
- 3) потерю от брака и жалобы.

В целом ГОСТ определяет качество совокупность свойств обуви, а также обуславливает пригодность обуви удовлетворению определённым потребностям, в соответствии, с назначением. Степенью соответствия данным потребностям – является уровень качества.

1.3 Место различных видов обуви в ТН ВЭД ЕАЭС

Классификация товаров согласно ТН ВЭД ЕАЭС – это определение товаров к определённым товарным позициям, субпозициям, подсубпозициям ТН ВЭД с соответствующими их числовыми кодами, и реализуется, следовательно, благодаря текстам товарных позиций и определенных заметок к разделам или группам.

Международный классификатор ТН ВЭД ЕАЭС предназначен для реализации государственного регулирования импорта товаров и экспорта, в условиях ЕАЭС.

Фундаментом в ТН ВЭД ЕАЭС лежит «Номенклатура Гармонизированной системы (ГС) описания и кодирования товаров и единая товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности Содружества Независимых Государств»

ГС – это номенклатура, содержащая в себе товарные позиции и субпозиции, входящие к ним цифровые коды, сгруппированные по предназначенным

критериям в группы и разделы, примечания, а вдобавок основные правила толкования ГС. В номенклатуре ГС применяется шесть знаков кодового наименования товара, седьмой и восьмой знаки принадлежат Комбинированной номенклатуре ЕС (Европейского сообщества), а девятый знак – ТН ВЭД СНГ. Десятый знак кода товара применяется для детализации товаров.

Существенным принципом ГС является - сравнимость данных, о внешней торговле стран, с учетом национальных и международных особенностей.

При формировании таможенных тарифов, и ТН ВЭД большая часть стран полагаются на ГС кодирования товаров и описание. Гармонизированная система – это наиболее ранняя международная номенклатура, которая основывается на статистике внешней торговле стран. Получается то, что ГС – это первая международная номенклатура, где рассматриваются, какие требования существуют к статистике внешней торговли.

Категория товаров, которая рассматривается в соответствии с ТН ВЭД ЕАЭС, в составе раздела XII «Обувь, головные уборы, зонты, солнцезащитные зонты, трости, трости–сиденья, хлысты, кнуты и их части; обработанные перья и изделия из них; искусственные цветы; изделия из человеческого волоса», группе 64 «Обувь, гетры и аналогичные изделия; их части».

1 июля 2020 года – это переломный момент для обувного рынка Российской Федерации. С этой даты для обуви действует новый порядок прослеживания в рамках ФЗ № 487. На сегодняшний день обувная продукция должна маркироваться штрихкодом «Data Matrix», а все производители, импортеры и торгующие организации обувью обязаны взаимодействовать с системой национальной маркировки «Честный Знак».

Система «Честный Знак» – это национальная система маркировки и прослеживания продукции в России, Она нужна для того, чтобы отслеживать установленные правительством категории товаров на основе номенклатуры ТН ВЭД ЕАЭС.

Далее мы рассмотрим те позиции обуви, которые подлежат маркировке в соответствии с ТН ВЭД ЕАЭС.

Таблица 1- Маркировка обуви в соответствии с ТН ВЭД ЕАЭС ⁴

Вид обуви	Материал подошвы	Исключение	ОКПД 2	ТН ВЭД ЕАЭС
Обувь водонепроницаемая с верхом из резины или пластмассы	резина, пластмасса	за исключением моделей с защитным подноском из металла	<u>15.20.11</u>	<u>6401</u>

Продолжение таблицы 1

Вид обуви	Материал подошвы	Исключение	ОКПД 2	ТН ВЭД ЕАЭС
Вид обуви	Материал подошвы	Исключение	ОКПД 2	ТН ВЭД ЕАЭС
Обувь из резины или пластмассы	резина, пластмасса	за исключением водонепроницаемой и спортивной	<u>15.20.12</u>	<u>6402</u>
Обувь для занятий теннисом, баскетболом, гимнастикой, тренировок и подобные изделия	—	—	<u>15.20.21</u>	<u>6404</u>
Обувь с верхом из кожи	—	за исключением спортивной обуви, обуви с защитным подноском из металла и специальной обуви	<u>15.20.13</u>	<u>6403</u>
Остальная спортивная обувь	—	за исключением лыжных ботинок и ботинок с коньками	<u>15.20.29</u>	

Таким образом мы видим, то, что в таблице приведены основные виды обуви, которые подлежат маркировке в соответствии с ТН ВЭД ЕАЭС.

Но, так же есть исключения, т.е. те позиции, которые не подлежат маркировке они представлены в товарных позициях 6401 «модели с защитных подносок из металла», 6402 «водонепроницаемая и спортивная обувь» и 6403 «спор-

⁴ Сайт GetMark [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://getmark.ru/> – 24.05.2021.

тивная обувь, обувь с защитным подноском из металла и специальная обувь», а также «лыжные ботинки и ботинки с коньками».

1.4 Таможенно-тарифное регулирование импорта обуви в РФ в условиях ЕАЭС и другие элементы контроля данного рынка

На сегодняшний день, если при регулировании международной торговли использовать тарифы, то это оказывается всё более и более проблематичным.

Одна из основных причин – это достаточно жесткий контроль, со стороны международных организаций, тарифных ограничений, а к тому же ВТО, которые по порядку проводят политику снижения уровня, в международной торговле, таможенных пошлин.

Существуют и иные обстоятельства, которые усложняют пользование национальными правительствами таможенно-тарифного регулирования в протекционистских целях.

Косвенное влияние на национальную экономику – это недостаток, который оказывает влияние на стоимостные и ценовые методы регулирования. Порой, иностранные экспортеры, выплачивают повышенный тариф, благодаря понижению уровня собственной выручки, изменяя, таким образом, прогноз в отношении объемов импорта.

Более того, если импортировать товаром с небольшим уровнем эластичности, то смена тарифа может вовсе и не сказаться на объемах импортных поставок. Благодаря этим недостаткам таможенных пошлин – разрабатываются и используются альтернативные меры в регулировании импорта.

При импорте в Россию обувной продукции, применяются следующие таможенные сборы и налоги (таблица 2).

Таблица 2 - Таможенные сборы и налоги, которые применяются при импорте обувной продукции в РФ.

Код ТН ВЭД ЕАЭС	Описание товара	Пошлина	НДС
6401	Водонепроницаемая обувь с подошвой и с верхом из резины или пластмассы, верх которой не крепится к подошве и не соединя-	0,75 €	20%

	ется с ней ни ниточным, ни шпилечным, ни гвоздевым, ни винтовым, ни заклепочным, ни каким-либо другим аналогичным способом		
6402	Прочая обувь с подошвой и с верхом из резины или пластмассы	0,28 € 0,34 €	20%

Продолжение таблицы 2

Код ТН ВЭД ЕАЭС	Описание товара	Пошлина	НДС
6403	Обувь с подошвой из резины, пластмассы, натуральной или композиционной кожи и с верхом из натуральной кожи	0,34 € 0,8 € 1 € 1,5 € 1,25 €	20%
6404	Обувь с подошвой из резины, пластмассы, натуральной или композиционной кожи и с верхом из текстильных материалов	0,47 € 0,56 €	20%
6405	Обувь прочая	0,34 € 0,28 €	20%

Согласно данным таблицы 2, при импортных поставках на таможенную территорию ЕАЭС обувной продукции подлежат уплате таможенные пошлины и налоги. При ввозе на территорию РФ обувная продукция должна быть кроме того подвергнута процедуре обязательной маркировки.

При организации импортных поставок обуви на территорию ЕАЭС, необходимо соблюсти требования ТК ЕАЭС и Договора ЕАЭС «О подтверждении прохождения процедуры оценки соответствия товара тех регламентам ЕАЭС».

Для ввоза обувных товаров не нужно получение каких-либо единичных разрешений и лицензий, так как этот вид деятельности не введен в перечень лицензируемых видов деятельности (ст. 12 ФЗ от 04.05.2011 № 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности»).

Процедура ввоза обуви для импортеров начинается с этапа подготовки. Данная процедура включает себя:

1. Провести анализ рынка и выбрать поставщика обуви;
2. Предварительно произвести расчет экономики сделки;
3. Анализ индекса таможенной стоимости импорта обуви в регионе.
4. Подбор и согласование условий работы с контрагентами в рамках сделки;
5. Изучение законодательной базы для ввоза обуви в РФ;
6. Юридическая оценка согласованных условий поставки и рисков поставки, разработка маркировки и соблюдение нетарифного регулирования обуви.

Последовательность представленных выше действий может меняться в зависимости от определенных условий сделки и специфики ввоза. После окончания подготовительного этапа разрешается преступать к осуществлению сделки и заключению контракта.

Главным этапом является изучение и составление контракта ВЭД, при принятии решения, о заключении сделки на ввоз обуви.

После согласования всех условий сделки требуется подписать нужные договоры с контрагентами:

- 1) договор с брокером;
- 2) договор на ТЭО;
- 3) если лицо ранее не вело экономическую деятельность за границей, то необходимо открыть дополнительные счета для импортера;
- 4) валютный счёт в банке;
- 5) единый лицевой счёт участника ВЭД и регистрация в личном кабинете ФТС.

После того, как произошло заключение контракта на ввоз обуви и открылся валютный счёт следует соблюсти требования валютного контроля, которые предусмотрены настоящим законодательством.

При организации импортных поставок обуви на территорию ЕАЭС, необ-

ходимо соблюдать требования ТК ЕАЭС.⁵

Вся обувная продукция, кроме детской и подростковой, подходит под действие тех регламента ТР ТС 017/2011 «О безопасности продукции легкой промышленности», который был принят Решением КТС от 09.12.2011 № 876.

Подтверждение соответствия обувной продукции нормам тех регламента должно выполняться в форме «декларирования соответствия, по соответствующим схемам».

Заявитель обязан в испытательной лаборатории, которая прошла аккредитацию, провести исследование образцов обувной продукции, которая была включена нужный реестр.

За нарушение установленных запретов и ограничений при импорте обуви существует административная и уголовная ответственность.

При импорте обувной продукции на территорию Российской Федерации с 01 июля 2020 года маркировка обуви стала обязательной. Это правило также распространяется на продукцию обувной промышленности, происходящую с остальной территории ЕАЭС.

В Чолпон-Ате в августе 2019 был совет ЕЭК, соответствующий Соглашению «О маркировке товаров средствами идентификации в ЕАЭС»; на нём приняли решение о том, что следует с помощью средств идентификации ввести маркировку обувных товаров.

Определяющим моментов для принятия решения поспособствовала возможность введения маркировки в ЕАЭС по единым техническим правилам и стандартам, утвержденных решением Совета Комиссии, и допустимостью для государств-членов ЕАЭС приобщиться к системе маркировки, по мере технологической, организационной и нормативно-правовой готовности.

Советом ЕЭК были приняты списки обувной продукции, которая подлежала маркировке средствами идентификации; средства идентификации, и их характеристики, способ формирования, а также структура информации, которая

⁵ Таможенный кодекс Евразийского экономического союза: принят Гос. Думой 01.01.2018: по состоянию на 03.09.2018. – М.: Проспект, 2016. – 510 с.

содержится в средствах идентификации на базе информации (при их присутствии), находящихся в едином реестре средств идентификации.

Были объявлены порядок маркировки товарной продукции, а ещё и требования к формату, составу и структуре информации о товарных продукциях, которые маркировались между уполномоченными органами государств-членов с одной стороны и между компетентными органами стран Союза и ЕЭК, с другой стороны, объясняются условия, разрешающие передачу этой информации.

Принят меньший объем информации о маркированных обувных продуктах, который содержится, для маркировки продуктов, в информационной системе, а к тому же к которой потребители и разного рода причастные группы владеют доступом, в том числе через информационную службу в виду национальных компонентов и интеграционный компонент информационной системы для маркированных продуктов.

Чтобы обеспечить свободное перемещение обуви с бирками, страны ЕАЭС должны были найти и идентифицировать отечественных поставщиков до 1 марта 2020 года.

Маркировка обуви средствами идентификации в РФ должна проводиться в соответствии с ФЗ от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах госрегулирования торговой деятельности в РФ», Постановлениями Правительства РФ от 05.07.2019 №860 «Об утверждении Правил маркировки обувных товаров средствами идентификации и особенностях внедрения ГИС мониторинга за оборотом товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации, в отношении обувных товаров» и от 26.04.2019 №515 «О системе маркировки товаров средствами идентификации и прослеживаемости движения товаров», где достаточно подробно изложены соответствующие требования.

Однако, чтобы маркировать обувь средствами идентификации, во-первых, следует подпадать под таможенную процедуру «выпуска для внутреннего потребления», в противном случае декларант принимает на себя административную ответственность при несоблюдении правил маркировки обуви, которые установлены в части 2 статей 15.12 и 16.3 КоАП РФ.

Свободному перемещению товаров на территории ЕАЭС, введение маркировки, с помощью средств идентификации, никак не мешает. Скорее всего, нужно будет по возможности учитывать интересы компаний в отношении возможного введения дополнительных требований к деятельности хозяйствующих субъектов на национальном уровне.

Таким образом мы можем сделать вывод, что рост обувного рынка обуславливается тем, что спрос на обувь растет.

С 1 июля 2020 года введена обязательная маркировка штрихкодом «Data Matrix». Все производители, импортеры и организации, торгующие обувной продукцией в России, обязаны взаимодействовать с системой национальной маркировки «Честный Знак».

2 ИМПОРТ ОБУВИ В СТРАНЫ ЧЛЕНЫ ЕАЭС: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ

1.1 Место России на мировом рынке обуви

В 2019 году в обувной промышленности начался спад, который, продолжался и в 2020, из-за пандемии Covid-19.

За предыдущие десять лет во всём мире изготовление обувной продукции увеличилось на 21,2%, глобальный экспорт обуви вырос на 10,6% в натуральном и на 59,1% в стоимостном выражении.⁶

Даже сегодня обувная промышленность сосредоточена в Азии, где производится девять из десяти пар обуви. Также и на Азию приходится более половины мирового изготовления обувной продукции. На национальном уровне Китай, Индия и США являются крупнейшими рынками сбыта обуви.

Европейский Союз, рассматриваемый как единый регион, занимает второе место по потреблению обуви: 2,68 миллиарда пар. Потребление обуви на душу населения колеблется от 1,6 пары в Африке до 5,6 пары в Северной Америке.

В вывозе обувной продукции лидер - Азия, однако Европа за предыдущие десять лет подняла свою долю в общемировом объеме экспорта. Стоимостной

⁶ Shoes Report — издание о том, как вести обувной бизнес в России [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://www.shoes-report.ru/> – 25.04.2021.

объем экспорта в 2019 году продолжил увеличение, и он обусловлен в основном возрастанием вывоза в странах Азии.

В 2019 году две из трех пар обуви экспортировались в Китай, но за последнее десятилетие доля страны на мировом рынке со временем уменьшалась. Вьетнам почти удвоил свою долю рынка за этот период, также увеличился вывоз обуви в Индию и Турцию.

Наиболее заметной тенденцией на международном рынке обуви за последние десять лет – это резкое увеличение важности текстильной обуви. На текстильную обувь сейчас приходится почти треть всей обувной торговли. В стоимостном выражении на обувь из резины / пластмассы приходится около половины – 47,5% объема всей обуви, вывозимой во всем мире; на обувь из натуральной кожи – 38%.⁷

В странах Азии сохраняется спрос на самую популярную в мире элитную обувь спортивную и полуспортивную обувь. Россия ничем не отличается от своих азиатских соседей, только возможность увеличения обувного рынка в РФ ещё выше и производство совсем не отстаёт.

Азиатско-Тихоокеанский регион, в который входят Россия, Китай, Тайвань, Южная Корея, Япония, Океания, Австралия и несколько других стран, продолжает оставаться локомотивом мирового рынка обуви. Его мировой рынок – это величайший по обороту в натуральном выражении и третьим по стоимости в мире.

Платежеспособный спрос на обувь в Азиатско-Тихоокеанском регионе непрерывно увеличивается в условиях роста ВВП, занятости и доходов населения. Повышение их уровня жизни, рост приверженцев спортивного стиля и изменение восприятия «престижный предмет» также играет роль в повышении спроса на обувь среди потребителей АТР. Растущая известность международных брендов создаёт наилучшие условия для поднятия продаж дизайнерской обуви и обуви класса «люкс».

⁷ Shoes Report — издание о том, как вести обувной бизнес в России [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://www.shoes-report.ru/> – 25.04.2021.

Следует отметить, что ценовой сегмент особенно медленно развивался после кризиса 2007–2009 гг. и что, на сегодняшний день, обувь в этом сегменте одна из самых известных и узнаваемых на азиатском рынке и в странах БРИКС.

Если говорить, про Европу, то тут рынок нестабилен. Незначительная, но достаточно заметная угроза долгового кризиса не поддерживает рост спроса, а возможное разрушение единой валюты сдерживает производство. Это всё приводит к тому, что в обувной промышленности Европы встречаются такие проблемы, которые сложно даже описать.

По отношению к общей ситуации складываются несколько тенденций. Прежде всего бросается в глаза растущее распространение «частных торговых марок». Эта тенденция возникла как реакция производителей обуви на интерес потребителей к недорогой обуви. Национальные бренды активно вводят в свой ассортимент недорогие модели, при этом, разрушая, свою индивидуальность и опускаясь по шкале ценовых позиций. В свою очередь, это грозит ценовыми конфликтам на обувном рынке и падением стоимости продаж обуви для этой группы. Эта «тенденция» характерна и для России.

2.2 Анализ российского рынка обуви

В рамках международных предприятий в 2014 году, произошли ограничения на торговые отношения между РФ и с несколькими различными странами, в структуре импорта РФ замечены изменения, которые рассмотрим в таблице 3.

Таблица 3 – Структура импорта Российской Федерации⁸

Группа товара		2014 млрд \$.	2019 млрд \$.	Изменения, в %	Σ (2014-2019) в млрд \$.	Доля, в %
01	Продукты животного происхождения	12,3	7,07	42 (-)	46,2	3,4
02	Продукты растительного происхождения	13,3	10,9	18 (-)	65,6	4,8
03	Жиры и масла	1,24	1,27	3 (+)	7,19	0,5
04	Пищевые продукты, напитки, табак	13,1	10,5	20 (-)	60,8	4,5

⁸ Сайт экспорта и импорта России по товарам и странам [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://ru-stat.com/> – 15.05.2021.

05	Минеральные продукты	7,11	4,99	30 (-)	29,2	2,1
06	Продукция химической промышленности	31,2	33,9	8 (+)	169,5	12,5
07	Пластмассы, каучук и резина	15,2	13,8	9 (-)	75,6	5,6
08	Изделия из кожи и меха	1,28	1,28	1 (-)	6,59	0,5
09	Древесина и изделия из нее	1,42	694	51 (-)	5,03	0,4
10	Книги, бумага, картон	4,48	3,01	33 (-)	19,1	1,4
11	Текстиль	12,4	11,5	7 (-)	62	4,6
12	Обувь, головные уборы, зонты и др.	3,95	3,62	8 (-)	19,6	1,4

Продолжение таблицы 3

Группа товара		2014 млрд \$.	2019 млрд \$.	Изменения, в %	∑ (2014-2019) в млрд \$.	Доля, в %
13	Изделия из камня, керамики и стекла	3,71	2,78	25 (-)	16,3	1,2
14	Драгоценности	1,19	1,08	10 (-)	4,66	0,3
15	Металлы и изделия из них	19,4	17,9	8 (-)	93,1	6,8
16	Машины, оборудование и аппаратура	85,9	73,1	15 (-)	416,1	30,6
17	Транспорт	34,6	26,5	23 (-)	145,6	10,7
18	Инструменты и аппараты, часы	8,41	7,74	8 (-)	40,8	3
19	Оружие и боеприпасы	-	-	-	-	0
20	Разные промышленные товары	8,12	6,23	23 (-)	35,6	2,6
21	Произведения искусства и антиквариат	19,2	13,6	29 (-)	100	0
22	Произведения искусства и антиквариат	8,74	6,4	27 (-)	41,5	3,1
ИТОГО:		287,1	244,3		1360	

Исходя из данных 3 таблицы видно то, что ухудшилась импортная структура по сравнению с 2014 годом практически во всех группах, за исключением группы 3 «Жиры и масла» – здесь произошло увеличение на 3% с 1,24 млрд. \$ до 1,27 млрд. \$, а также в группе 6 «Продукция химической промышленности» - увеличение на 8% с 31,2 млрд. \$ до 33,9 млрд. \$. Наиболее низкий показатель у группы 9 «Древесина и изделия из нее» - показатели уменьшились на 51 % с 1,42 млрд. \$ до 694 млрд. \$. Но, а что касается группы 12 «Обувь, головные

уборы, зонты и др» - показатели уменьшились на 8% с 3,95 млрд. \$ до 3,62 млрд. \$.

Основные особенности и состояние обувного рынка России заключаются в том, что обувной рынок в РФ зависит от импорта. Отечественные производители обуви отстают от зарубежных (рисунки 1, 2).

Импорт в Россию продукции из группы «Обувь, головные уборы, зонты и др.» за время с 2014 по 2019 гг. равен \$19.6 млрд., суммарным весом 1501 тыс. тонн.

В основном ввозились «обувь, гетры и аналогичные изделия; их детали», «головные уборы и их части».

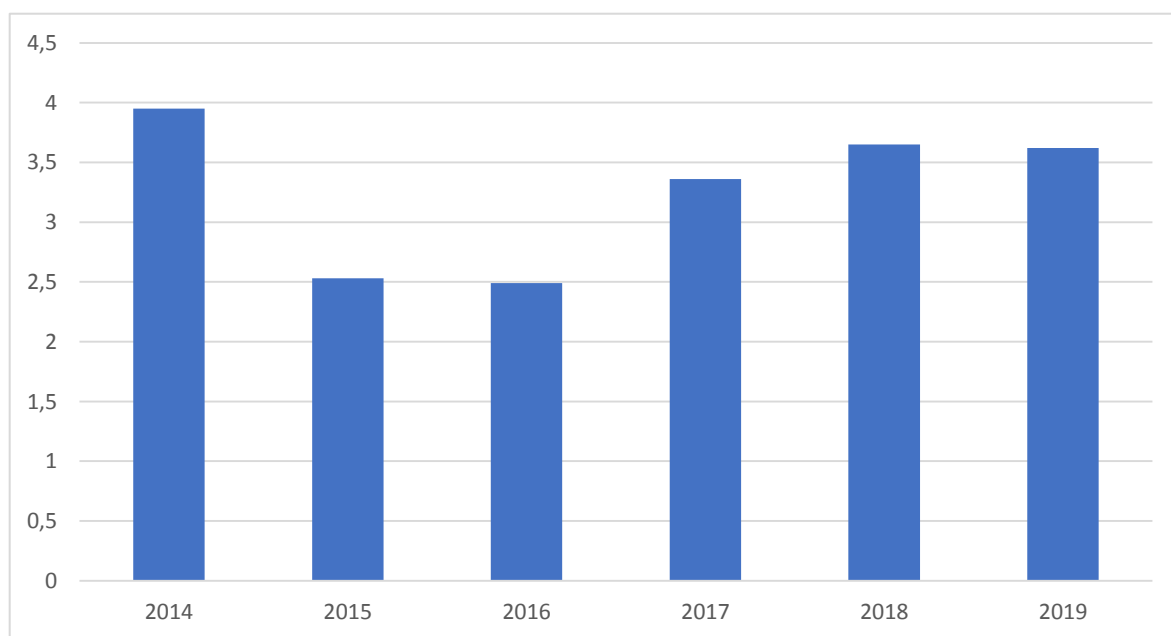
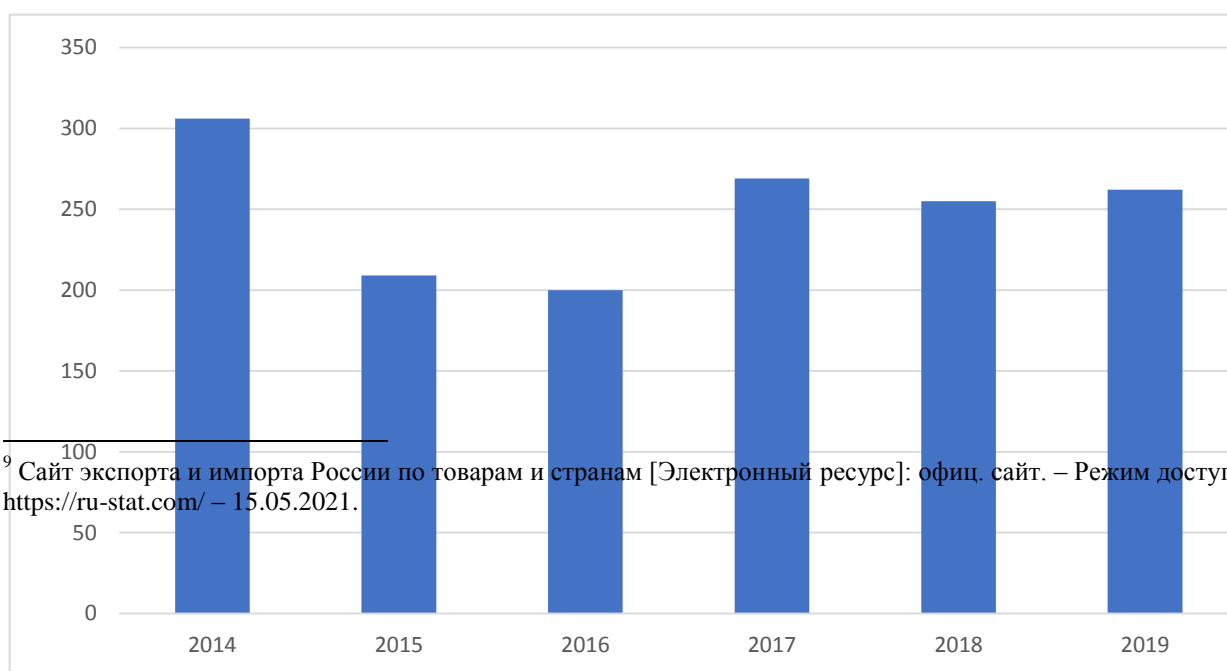


Рисунок 1 – Импорт в Россию товаров из группы «Обувь, головные уборы, зонты и др.» за период 2014 – 2019гг., в млрд \$.⁹



⁹ Сайт экспорта и импорта России по товарам и странам [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://ru-stat.com/> – 15.05.2021.

Рисунок 2 – Импорт в Россию товаров из группы «Обувь, головные уборы, зонты и др.» за период 2014 – 2019 гг., тонн¹⁰

Исходя из рисунка 1 и 2 видно то, что в 2015 и 2016 году был сокращён ввоз обуви, однако в 2017 году импорт вновь начал расти. И с 2017 по 2019 год заметны незначительные колебания.

Ввоз товаров из группы «Обувь, головные уборы, зонты и др.» представлен в таблице 4.

Таблица 4 – Структура импорта группы «Обувь, головные уборы, зонты и др.»

Товарные позиции		2014 млрд \$.	2019 млрд \$.	Изменения, в %	∑ (2014- 2019) в млрд \$.	Доля, в %
1264	обувь, гетры и аналогичные изделия; их детали	3,68	3,4	8 (-)	18,4	93,8
1265	головные уборы и их части	183	155	15 (-)	848	4,3
1266	зонты, трости, хлысты, кнуты для верховой езды и их части	31,7	24,2	24 (-)	138	0,7
1267	обработанные перья, пух; искусств. цветы; изделия из человеческого волоса	52,8	40,7	23 (-)	231	1,2
ИТОГО :		3,95	3,62		19,6	

Если рассмотреть данные, которые представлены в таблице 4, можно заметить то, что все показатели уменьшились в сравнении с 2014 годом, но заметнее уменьшился показатель у позиции 1266 «зонты, трости, хлысты, кнуты для верховой езды и их части» на 23%, небольшие изменения произошли по позиции 1264 «обувь, гетры и аналогичные изделия; их детали» показатель снизился на 8%.

В структуре ввоза по странам (товаров из группы «Обувь, головные уборы, зонты и др.») лидером является Китай.¹¹ Далее в таблице 5 рассмотрим

¹⁰ Сайт экспорта и импорта России по товарам и странам [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://ru-stat.com/> – 15.05.2021.

полный список зарубежных стран, которые импортирую в Россию товары из группы «Обувь, головные уборы, зонты и др.».

Таблица 5 – Импорт «Обувь, головные уборы, зонты и др.» в Россию из зарубежных стран.¹²

№	Страна	∑ (2014-2019)	Доля
1	Китай	10,6 млрд \$.	54,2 %
2	Италия	2,05 млрд \$.	10,5 %
3	Вьетнам	1,8 млрд \$.	9,2 %
4	Индонезия	650 млрд \$.	3,3 %
5	Беларусь	589 млрд \$.	3 %
6	Турция	481 млрд \$.	2,5 %
7	Индия	352 млрд \$.	1,8 %
8	Португалия	324 млрд \$.	1,7 %
9	Румыния	223 млрд \$.	1,1 %
10	Испания	202 млрд \$.	1 %
11	Польша	171 млрд \$.	0,9 %
12	Словакия	168 млрд \$.	0,9 %
13	Камбоджа	160 млрд \$.	0,8 %
14	Марокко	150 млрд \$.	0,8 %
15	Германия	147 млрд \$.	0,7 %
16	Тунис	140 млрд \$.	0,7 %
17	Таиланд	139 млрд \$.	0,7 %
18	Украина	131 млрд \$.	0,7 %
19	Бангладеш	121 млрд \$.	0,6 %
20	Бразилия	93 млрд \$.	0,5 %

Как говорилось ранее лидером в импорте товаров группы «Обувь, головные уборы, зонты и др.» в РФ является Китай сумма импорта за 2014-2019 год составляет «10,6 млрд \$, а доля равна 54,2 %. На втором месте Италия 2,05 млрд \$., на третьем Вьетнам 1,8 млрд \$.

¹¹ Сайт экспорта и импорта России по товарам и странам [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://ru-stat.com/> – 15.05.2021.

¹² Сайт экспорта и импорта России по товарам и странам [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://ru-stat.com/> – 15.05.2021.

В таблице 6 рассмотрим в какие регионы России импортируют, и какая область лидирует.

Таблица 6 – Регионы России в которые импортируют товары из группы «Обувь, головные уборы, зонты и др.»¹³

№	Регионы (области)	∑ (2014-2019)	Доля
1	Москва	13,8 млрд \$.	70,3 %
2	Московская область	1,44 млрд \$.	7,4 %
3	Новгородская область	997 млрд \$.	5,1 %
4	Приморский край	615 млрд \$.	3,1 %
5	Санкт – Петербург	607 млрд \$.	3,1 %
6	Новосибирская область	411 млрд \$.	2,1 %
7	Владимирская область	308 млрд \$.	1,6 %
8	Калужская область	217 млрд \$.	1,1 %
9	Калининградская область	206 млрд \$.	1,1 %
10	Тверская область	176 млрд \$.	0,9 %
11	Хабаровский край	119 млрд \$.	0,6 %
12	Свердловская область	96,8 млрд \$.	0,5 %
13	Краснодарский край	84,8 млрд \$.	0,4 %
14	Ростовская область	81,7 млрд \$.	0,4 %
15	Смоленская область	67,3 млрд \$.	0,3 %
16	Белгородская область	58,4 млрд \$.	0,3 %
17	Амурская область	54,6 млрд \$.	0,3 %
18	Челябинская область	43,8 млрд \$.	0,2 %
19	Псковская область	28,6 млрд \$.	0,1 %
20	Ивановская область	23,5 млрд \$.	0,1 %

В таблице видно, что лидером является столица РФ Москва сумма за 2014 – 2019 год составила 13,8 млрд \$, а вот доля равна 70,3%, московская область

¹³ Сайт экспорта и импорта России по товарам и странам [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://ru-stat.com/> – 15.05.2021.

на 2 месте 1,44 млрд \$, на третьем Новгородская область 997 млрд \$. Амурская область находится на 17 месте 54,6 млрд \$.

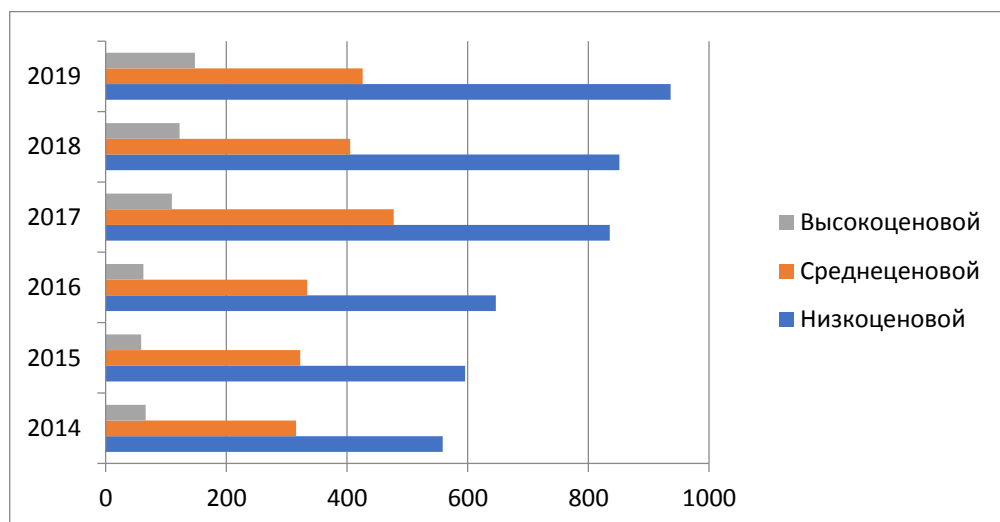
Вопрос импортозамещения для обувной промышленности достаточно актуален. Российский рынок обуви зависит от колебаний курса рубля, поскольку рост цен происходит волнообразно и соответствует девальвации местной валюты.

На российском рынке обувной продукции, в отличие от рынка одежды особенно активно происходит развитие ценовых сегментов (Таблица 7, рисунки 3, 4).

Таблица 7 – Объем рынка обуви в России по ценовым сегментам в 2012-2019 гг., млн пар ¹⁴

Показатель	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Производство	337,1	354,3	294,7	214,2	180,6	219,3	217,5	237,1
Среднеценовой	142,1	149,1	130,2	104,2	83,7	118,4	102,2	102,9
Высокоценовой	10,8	10,7	9,1	7,2	5,7	10,4	9,9	11,2
ВСЕГО	490	514,2	434	325,5	270	348,1	329,6	351,3

Низкоценовой сегмент рынка обуви в 2019 году составил около 237,1 млн пар обуви в натуральном выражении и 936,2 млн пар обуви в денежном выражении.



¹⁴ Сайт экспорта и импорта России по товарам и странам [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://ru-stat.com/>

Рисунок 3 – Объем ценовых сегментов на рынке обуви в стоимостном выражении в России в 2014 –2019 гг., млрд руб.

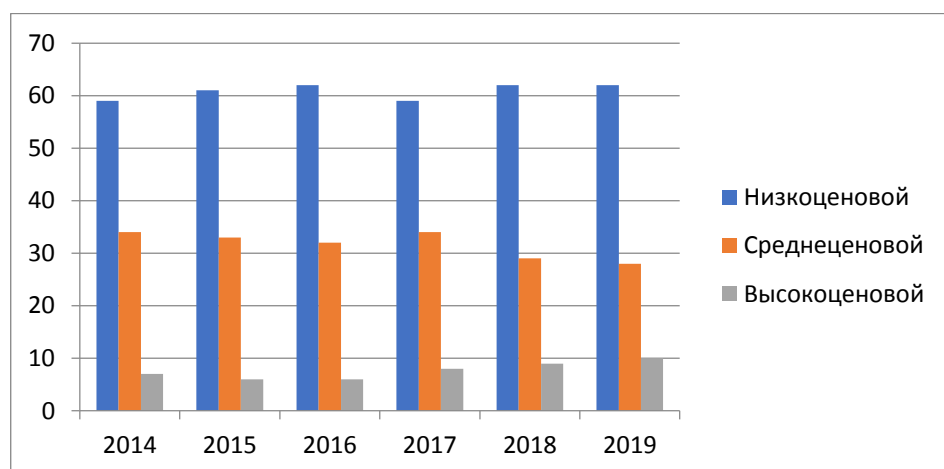


Рисунок 4 – Динамика сегментов рынка обуви в России 2014 – 2019 гг., в % от стоимостного выражения

В 2019 году низкоценовой сегмент составил 62%, среднеценовой сегмент — 28,2%, а высокоценовой сегмент — 9,8%. Существенных изменений по сравнению с результатами прошлого года не было. Немного снизилась доля среднего ценового сегмента, что связано с небольшим ростом реальных доходов населения (в 2019 г. на 0,8% по данным Росстата). При всём при этом заметно увеличение в высоком ценовом сегменте. Потому что для людей с высокими доходами стоимость одежды и обуви составляет лишь незначительную часть общих затрат, и ситуация в стране почти не оказывает никакого влияния на потребительские предпочтения этих людей. Также цены на элитную обувь выросли по сравнению с 2018 годом.

Становлению продаж в среднем и ценовом сегменте выше среднего вдобавок содействует приход на российский рынок новых брендов.

Российские потребители, выбирая обувь отдают предпочтение прежде качеству, а цена для них играет второстепенную роль. Покупатели считают, что обувь имеет важные функциональные признаки и напрямую связана со здоровьем, и получается, что за нее можно и нужно переплачивать.

Потребители масс-маркетов в сегменте одежды и аксессуаров в первую очередь захотят купить обувь в магазинах марок среднего ценового сегмента.

Опросы, которые проводила фирма Esper Group,¹⁵ показали, что: обувь стоимостью менее 92 евро для российских покупателей это самая низшей ценой, и она некачественная. В настоящее время рыночный спрос на обувь из бюджетного сегмента, который включает обувь до 100 евро, стабилизировался и даже несколько снизился из-за открытых конфликтов между главами рынка данной группы. Жесткая конкуренция между основными обувными сетями привела к общему снижению стоимости, в то время как рост продаж в натуральном выражении все еще очевиден.

Применительно к объему потребления на рынке обуви на российском рынке обуви, то это положение представлено в таблице 8.

Таблица 8 – Уровень потребления в 2014 – 2020 гг., пар обуви на душу населения¹⁶

Показатель	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021 прогноз
Объем рынка обуви, млн пар	434,0	325,5	270,0	348,1	329,6	351,3	329	-
Численность населения, млн чел	146,1	146,3	146,5	146,8	146,9	146,8	146,7	146,5
Потребление на душу населения	3,02	2,22	1,84	2,37	2,24	2,39	2,51	2,59

Делаем вывод о том, что в 2019 г уровень потребления обуви было равно 2,39 пар обуви на душу населения.

Возрастание случилось на 6,7%, но, вот уже в 2020 году уровень потребления был равен 2,51 пар обуви на душу населения (выросло на пять п.п. (процентных пунктов)). Представленную динамику можно объяснить тем, что рост

¹⁵ Shoes Report — издание о том, как вести обувной бизнес в России [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://www.shoes-report.ru/> – 25.04.2021.

¹⁶ Анализ рынка обуви: рейтинг производителей обуви в России [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://delprof.ru/press-center/open-analytics/analiz-rynka-obuvi-reyting-proizvoditeley-obuvi-v-rossii/> – 26.05.2021.

объема рынка возрастает за счёт прироста импорта и незначительным спадом численности населения.

Если говорить о прогнозе DISCOVERY Research Group,¹⁷ то развитие использования обувной продукции в следующие пять лет будет происходить и вовсе медленным темпом: к 2024 году показатель потребления должен возрасти до 2,81 пара обуви на человека в год.

Отечественное изготовление обувной продукции ежегодно развивается все энергичнее (таблицы 9, 10).¹⁸

Таблица 9 – Расчет объемов рынка обуви в натуральном выражении в 2014 – 2019 гг., млн пар

Показатель	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Темп прироста 18/19, %
производство	115,8	91,7	95,2	119,5	121,0	109,1	- 9,8%
импорт	323,7	237,3	177,9	236,9	213,9	261,3	22,1%
экспорт	5,5	3,5	3,1	8,3	5,3	19,1	259,9%
объём рынка	434,0	325,5	270,0	348,1	329,6	351,3	6,6%

Таблица 10 – Расчет объемов рынка обуви в денежном выражении в 2014 – 2019 гг., в млрд руб.

Показатель	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2019 к 2018, в %
производство	186,4	205	279,3	373,6	413,8	376,9	-8,9%
импорт	767,2	783	777,4	1 085,5	988,6	1 219,7	23,4%
экспорт	13	11,6	13,5	36,8	24,0	26,6	260,7%
объём рынка	940,6	976,5	1 043,2	1 422,3	1 378,4	1 510,0	9,5%
Доля импорта в объёме рынка обуви	81,6%	80,2%	74,5%	76,3%	71,7%	80,8%	-

Такая динамика объясняется резким ростом импорта обуви, что эксперты рынка в свою очередь связывают с введением обязательной маркировки обуви,

¹⁷ Маркетинговые исследования и отчеты [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Ре-жим доступа: <https://tebiz.ru/> – 01.05.2021.

¹⁸ Анализ рынка обуви: рейтинг производителей обуви в России [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://delprof.ru/press-center/open-analytics/analiz-rynka-obuvi-reyting-proizvoditeley-obuvi-v-rossii/> – 26.05.2021.

которую изначально планировалось внедрить с 1 июля 2019 года, но в дальнейшем сроки были сдвинуты на 1 июля 2020 года.

Растущий спрос на отечественную обувную продукцию и рост производства можно объяснить, во-первых, успехами некоторых крупных производителей обуви в модернизации производства, а во-вторых- развитием в целом конкурентоспособных современных компаний.

В России существуют более 250 отечественных производителей обуви, но далеко не все они «ушли» от советского дизайна — по сей день специализируются и делают упор на создании резиновых сапог, галош, валенок и армейских ботинок.

За последние года на российском рынке обуви появилось много отечественных производителей, но крупными производителями российской обуви являются:¹⁹

- 1) егорьевская обувная фабрика;
- 2) московская обувная фабрика («Заря Свободы»);
- 3) лбувная фабрика Ральф Рингер (Ralf Ringer);
- 4) burgerschuhe (г. Санкт – Петербург)
- 5) фабрика «Парижская коммуна» и др.

Каждая из представленных выше обувных фабрик обладает своей специализацией и способствует выведению на новый уровень образ, о российской обувной промышленности.

А знаменитая фабрика по производству детской обувной продукции, в г. Егорьевск, каждый год презентует разнообразный ассортимент, который изготавливается по европейским технологиям, и даже включает образцы для пасмурных и дождливых дней, или же суровых морозов.

Ralf Ringer известен российскому потребителю довольно таки давно, но своё производство мужской обуви стало одним из самых крупных за последние

¹⁹ Маркетинговые исследования и отчеты [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://tebiz.ru/> – 01.05.2021.

десять лет в РФ, а новые коллекционные модели женской обуви, завоевали внимание многих модных покупательниц. Производство обеспечено современным оборудованием знаменитых марок немецких и итальянских фирм.

Фабрика «Парижская коммуна» - начала свое производство немного меньше, чем ста лет назад, но в настоящее время это одна из самых значимых фабрик, которые представляют на российском обувном рынке. Обувь производится по высоким стандартам. Главная отличительная особенность - это качество материалов и колодки.

Рейтинг лучших производителей российской обуви:

- 1) «Парижская коммуна», г. Москва.
- 2) Егорьевская обувная фабрика или ТМ «Котофей», г. Егорьевск
- 3) Ralf Ringer», г. Москва.
- 4) «Рязаньвест», г. Рязань
- 5) «Восход», г. Тюмень
- 6) «Заря», г. Луга.
- 7) «Кант», г. Москва
- 8) Ульяновская фабрика обуви.
- 9) SP-SHOES, г. Пятигорск.
- 10) «Ионесси», г. Красноярск.

Что отличает наших отечественных производителей обуви от европейских:

Во-первых, наш отечественный производителей учитывают климатические условия в РФ, т.к. не вся зарубежная обувь подходит для наших суровых зим и резкой переменной погодой.

Во-вторых, российские производители работают с учетом ГОСТа.

В-третьих, крупные российские производители мало того, что оснащены европейским оборудованием, но и многие работники проходят обучение и стажировку в Германии, Англии и Италии – это в свою очередь сказывается на качестве обувной продукции.

Так же рассмотрим 10 самых крупных магазинов по продаже одежды и обуви:

- 1) Спортмастер
- 2) Wildberries.
- 3) Zara
- 4) ЦУМ
- 5) Gloria Jeans & Gee Jay
- 6) H&M
- 7) Kari
- 8) O'STIN и FunDay
- 9) Adidas и Reebok
- 10) Reserved, Cropp, House, Mohito, Sinsay и Tallinder

В период кризиса многие российские обувные компании отдали предпочтение отечественному рынку и для сокращения издержек и улучшения системы управления запасами провели цикл оптимизации производственного процесса.

Не обошлось и без государственной помощи. В данном случае, речь идёт об увеличении ввозных пошлины на обувь. Вопреки высокого налога на ввоз обуви, всё-таки это даёт российским производителям немного сравнять позиции с зарубежными производителями обуви.

Благодаря анализу обувного российского рынка можно выявить и новейшие тенденции, которые предпочитают российские потребители, например, такие как:

- повышение требований к качеству при низких ценах;
- возрастает влияние модных тенденций;
- обувь по сезону покупается в этот же сезон;
- в регионах покупатели склонны покупать универсальную обувь из-за низкой покупательной способности населения.

В общем, российский потребитель стал за последние годы намного лучше ориентироваться на рынке обувных товаров, у него возникло желание следо-

вать моде и стараться соответствовать трендам, требуя все большего качества и стиля. Обувь. На сегодняшний день потребитель приобретает модную сезонную обувь, но дешевую. В этом смысле российские производители сильно отстают от западных и даже азиатских производителей обуви.

Развитию российского рынка обуви в первой половине 2020 года препятствовало введение карантина и увеличение числа безработицы, это несомненно отразилось на покупательной способности потребителей, желающих сэкономить. Поскольку обувные магазины были закрыты на долгое время, онлайн-продажи выросли. В общем, объемная динамика обувного рынка за анализируемый период была отрицательной.

В 2019 г более чем 60 % (912,1 млрд руб.), в системе изготовления обуви, в РФ приходится на женскую обувь, тогда как на мужскую – 24 % (362,4 млрд руб.), а на детскую – 16 % (235,6 млрд руб.) (рис. 5).

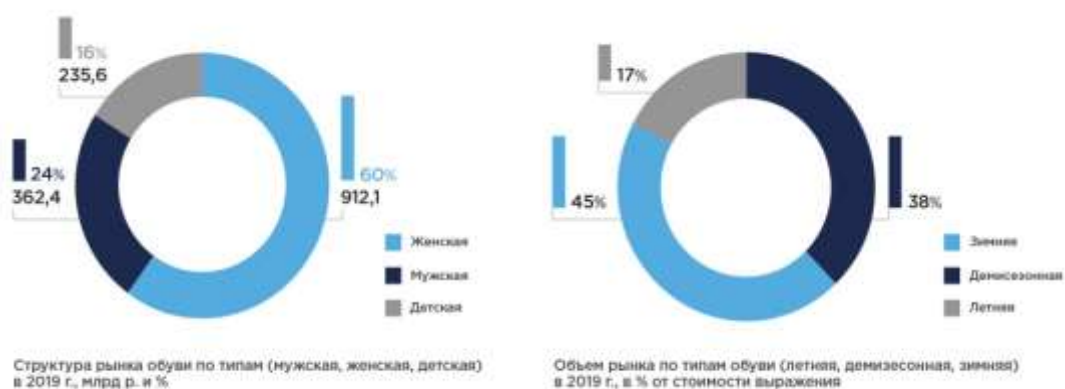


Рисунок 5 – Сегментация обувного рынка России по видам обуви²⁰

В первой половине 2020 года, как и в 2019 году, основное внимание уделялось расширению за счет производства и продажи женской обуви – 47% объема в натуральном выражении, мужская обувь – 35%, детская – 18%.²¹

²⁰ Анализ рынка обуви: рейтинг производителей обуви в России [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://delprof.ru/press-center/open-analytics/analiz-rynka-obuvi-reyting-proizvoditeley-obuvi-v-rossii/> – 26.05.2021.

²¹ Сайт РБК [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/> – 01.06.2021

В структуре обувного производства РФ в 2019 году стал лидером Центральный Федеральный Округ (ЦФО), далее следует Приволжский ФО и Северо-Западный ФО (рисунок 6).



Рисунок 6 – Объем российского обувного рынка по ФО в 2019 г., млрд руб.

В ближайшем будущем развитие потребления обуви населением будет происходить довольно таки медленно, исходя из прогноза с 2020 года его уровень вырастет с 2,51 до 2,81 пар обуви на душу населения за год в 2024 году (рис. 7).

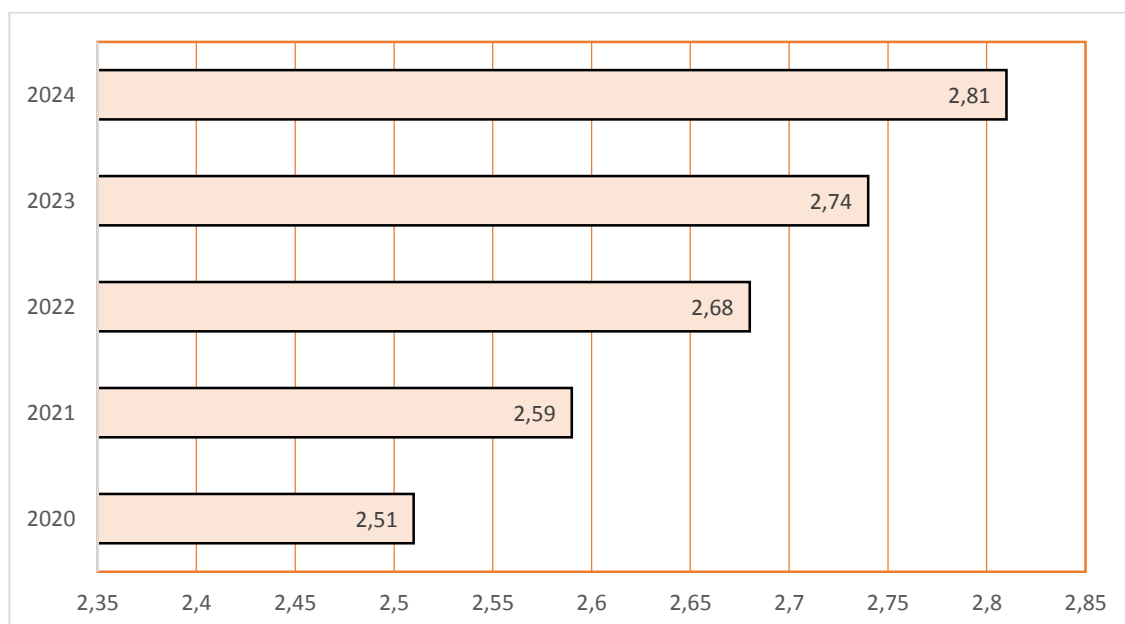


Рисунок 7 – Прогноз уровня потребления обуви на одного человека за год, пар.

В 2019 году доля импорта на российском рынке обуви выросла до 80,8%. В связи с тем, что в 2019 г. объём внутреннего производства снизился, а объём импорта значительно увеличился. Главным поставщиком обуви на российский рынок оказался Китай (1,8 млрд \$ в 2019 году), Вьетнам (0,4 млрд \$), Италия (0,3 млрд \$). Одна из возможных причин возрастания ввоза – это установление новых требований к маркировке обуви (рисунок 8).

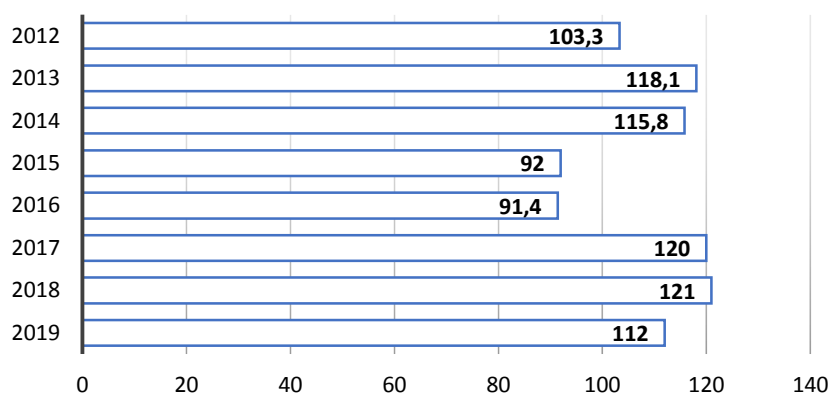


Рисунок 8 – Объем производства обуви в России в 2012 – 2019 гг., млн.пар и процент прироста

Основной спад пришелся на 2015 и 2016 год. В 2017 году произошло увеличение почти на 30 мл пар. После 2017 г динамика оставалась почти неизменной.

2.3 Особенности таможенно-тарифного регулирования рынка обуви в России

Оценка изменений средневзвешенного тарифа товарных групп позволяет определить изменения во внешнеторговой политике.

Далее мы рассмотрим оценку средневзвешенных тарифов по укрупненным группам товара в таблице 11.

Таблица 11 – Оценка средневзвешенного тарифа в 2017 – 2021 годах по укрупненным группам товара²²

Код ТН ВЭД ЕАЭС	Название	Средневзвешенная ставка, %				
		2017	2018	2019	2020 (прогноз)	2021 (прогноз)
01-24	Продовольственные товары и с/х сырье	5,9	6,2	6,19	6,24	6,54
25-27	Минеральные продукты	4,0	4,1	3,79	4,14	4,20
28-40	Продукция химической промышленности, каучук	4,5	4,4	4,23	4,08	4,22
41-43	Кожевенное сырье, пушнина и изделия из них	11,4	11,5	11,35	11,71	11,87
44-49	Древесина и целлюлозно-бумажные изделия	5,6	5,5	5,47	5,56	5,63
50-67	Текстиль, текстильные изделия и обувь	7,3	7,2	7,22	6,88	7,65
71	Драгоценные камни, металлы и изделия из них	10,5	8,7	6,23	6,58	6,71
72-83	Металлы и изделия из них	6,4	6,6	6,49	6,60	6,75
84-90	Машины, оборудование и транспортные средства	3,6	3,7	3,96	3,35	3,67
68-70, 91-97	Другие товары	9,9	9,5	9,67	9,75	9,57

Делаем вывод то, что у различных товарных групп ежегодно средневзвешенная ставка изменяется по-всякому. А то, что относится к группе 50-67 ТН ВЭД ЕАЭС «Текстиль, текстильные изделия и обувь» с 2018 г виднеется уменьшение, но согласно прогнозам ставка, должна увеличиться до 7,65%.

При всём при этом ставки на укрупненную группу «Кожевенное сырье, пушнина и изделия из них» также согласно прогнозу возрастают, но они в принципе больше, чем ставки на «Текстиль, текстильные изделия и обувь» - 11,35 % в 2019 г. с перспективой повышения до 11,87 % в 2021 г.

Для организации производства современной обуви требуются материалы различного типа и назначения.

В обувной промышленности доля сырья и материалов в производственных затратах составляет около 75-93%. Материалы для обувной продукции - одни из главных факторов ассортимента и качества готовой продукции.

²² Министерство финансов российской федерации [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://minfin.gov.ru/ru/> – 01.06.2021.

Среди различных видов обувных материалов отдельное место занимает натуральная кожа. Натуральная кожа получается из разного сырья.

Кожевенное сырье – это такие шкуры животных, которые подходят для изготовления кожи.

В таблице 2 мы рассмотрели таможенные сборы и налоги, применяемые при импорте в Россию обувной продукции. Сейчас в таблице 12 рассмотрим какая ставка ввозной пошлины применяется на кожевенное сырье в соответствии с ТН ВЭД ЕАЭС.

Таблица 12 – Таможенные сборы, применяемые при импорте кожевенного сырья²³

КОД ТН ВЭД	Наименование	Ставка ввозной таможенной пошлины (в % от таможенной стоимости или в €)
4101	Необработанные шкуры крупного рогатого скота (включая буйволов) или животных семейства лошадиных.	500 евро за 1000 кг
4102	Необработанные шкуры овец или шкурки ягнят...	500 евро за 1000 кг
4103	Прочие необработанные шкуры и кожа...	500 евро за 1000 кг
4104	Дубленая кожа или кожевенный краст из шкур крупного рогатого скота (включая буйволов) или животных семейства лошадиных...	10, но не менее 90 евро за 1000 кг
4105	Дубленая кожа или кожевенный краст из шкур овец или шкурок ягнят...	10, но не менее 70 евро за 1000 кг
4107	Кожа, дополнительно обработанная после дубления или в виде кожевенного краста...	0

Исходя из данных таблицы, мы можем сделать вывод, что ставки импортного тарифа на кожевенное сырье довольно высоки. Кроме того, Россия время

²³ Маркетинговые исследования и отчеты [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Ре-жим доступа: <https://tebiz.ru/> – 01.05.2021.

от времени вводит запрет на экспорт кожевенного сырья из страны, для насыщения собственного рынка своей продукцией.

Все это говорит о стремлении к формированию своего стабильного производства обуви, включающего все стадии этого процесса.

На сегодняшний день главными тенденциями на обувном рынке в РФ оказались:

1) За последние пять лет происходит поэтапное увеличение объемов обувного рынка. В среднем рост обувного рынка в натуральном выражении составил около 3-5%, в денежном - 6-8%.

2) В настоящее время в России потребление обуви более низкое: в среднем на душу населения потребляется 2,4 пары обуви по сравнению с 8 и 5,6 парами в США и Европе.

Эксперты прогнозируют рост потребления до 3,8 пары обуви на человека в год в течение следующих 5 лет, что сопровождается оптимистичными прогнозами роста реальных доходов населения не менее чем на 2% к 2024 году и на 2,8% к 2031 году.

3) Повышение конкурентного потенциала основных представителей обувного рынка РФ в рамках улучшения законодательства и стандартизации процедуры обязательной маркировки обуви. Эти меры сделают рынок обуви более прослеживаемым и приведут к выходу малого бизнеса, поставляющего импортную обувь, в РФ из Китая.

4) Повышение степени консолидации обувного рынка в России. Полученные данные показывают слабую консолидацию основных игроков на обувном рынке. На сегодняшний день динамика выхода небольших компаний с рынка увеличивается, что дает крупным обувным ритейлерам способ для выхода в регионы и повышения доли на рынке.

5) Развитие маркетплейса и формата омниканальных продаж. Одежда и обувь занимают доминирующее место в структуре продаж в режиме онлайн, и эта тенденция также усиливается в связи с введением карантина.

Основной рост будет обеспечен за счёт выхода онлайн-продаж в регионы, подключения пожилых потребителей к онлайн-покупкам и развития онлайн-рынков или платформ. б) Интернет-продажи в РФ стремительно растут на протяжении нескольких лет. За 2014-2019 гг. объемы рынка выросли на 195%. Темпы роста торговли в режиме онлайн значительно повышают темпы роста розничных продаж. Часть клиентского трафика будет перераспределена в пользу онлайн-каналов продаж.

7) Доля электронной коммерции в ВВП в РФ составляет немного больше, чем 1%, но при всём этом страна вдвое отстает от показателей США и почти в 4 раза от Китая, следовательно, российский рынок электронной коммерции имеет колоссальный потенциал развития или роста.

8) Многие регионы не совсем активно вовлечены в онлайн-торговлю. Отклонение от ЦФО и Северо-Западного ФО составляет 2 или более раз.

Следовательно, ожидается, что рост онлайн-торговли будет обусловлен следующими факторами:

- увеличением количества онлайн-покупателей;
- участием более широкой аудитории;
- увеличение частоты покупок;
- подключение регионов к онлайн.

2.4 Динамика ввоза обуви в страны члены ЕАЭС: анализ стоимостных и натуральных показателей

Развитие взаимной торговли между странами ЕАЭС характеризуется высокими показателями и происходит в условиях умеренного экономического роста. Объемы взаимной торговли между странами увеличиваются. Развитие взаимной торговли между странами ЕАЭС в 2019 г замедлилось, но показатели остались положительными.

Основные показатели взаимной торговли между странами ЕАЭС за 2016-2019 г представлены в таблице 13.

Таблица 13 – Основные показатели взаимной торговли между странами

ЕАЭС.²⁴

	2016		2017		2018		2019	
	Млн.\$ США	Удельный вес, %	Млн.\$ США	Удельный вес, %	Млн.\$ США	Удельный вес, %	Млн.\$ США	Удельный вес, %
Взаимная торговля ЕАЭС	42 960,3	100	38 871,7	100	60 261,5	100	61 634,0	100
Армения – Беларусь	35,4	0,08	26,0	0,07	49,4	0,08	70,6	0,11
Армения	13,4	0,03	4,4	0,01	11,9	0,02	17,9	0,03
Беларусь	22,0	0,05	21,6	0,06	37,5	0,06	52,7	0,08
Армения – Казахстан	5,6	0,01	3,6	0,01	14,7	0,02	9,8	0,02
Армения	5,0	0,01	2,6	0,01	9,8	0,01	5,4	0,01
Казахстан	0,6	0,00	1,0	0,00	4,9	0,01	4,4	0,01
Армения – Кыргызстан	1,0	0,00	0,9	0,00	1,1	0,00	3,4	0,01
Армения	1,0	0,00	0,9	0,00	1,0	0,00	3,2	0,01
Кыргызстан	0,00	0,00	-	-	0,1	0,00	0,2	0,00
Армения – Россия	1 337,0	3,11	1 140,5	2,94	2 017,0	3,35	2 433,6	3,95
Армения	374,5	0,87	337,5	0,87	665,8	1,11	742,7	1,21
Россия	962,5	2,24	803,0	2,07	1 351,2	2,24	1 609,9	2,74
Беларусь - Казахстан	411,1	0,96	493,5	1,27	888,6	1,47	872,3	1,41
	363,9	0,85	425,5	1,09	783,5	1,30	765,5	1,24
Беларусь	47,2	0,11	68,0	0,18	105,1	0,17	106,8	0,17
Казахстан								
Беларусь - Кыргызстан	52,0	0,12	105,9	0,27	132,5	0,22	73,8	0,12
	48,7	0,11	98,4	0,25	120,5	0,20	60,7	0,10
Беларусь	3,3	0,01	7,5	0,02	12,0	0,02	13,1	0,02
Кыргызстан								
Беларусь – Россия	26 199,0	61,00	23 203,5	59,70	35 913,7	59,60	35 400,5	57,43
Беларусь	10 950,2	25,49	9 475,3	24,38	12 990,7	21,56	13 690,8	22,21
Россия	15 248,8	35,35	13 728,2	35,32	22 923,0	38,04	21 709,7	35,22
Казахстан - Кыргызстан	702,7	1,64	590,2	1,51	927,2	1,54	971,2	1,58
Казахстан	437,2	1,02	355,6	0,91	656,9	1,09	624,1	1,01
Кыргызстан	265,5	0,62	234,6	0,60	270,3	0,45	347,1	0,51
Казахстан – Россия	13 005,6	30,27	12 097,6	31,12	18 321,1	30,40	19 957,8	32,38
Казахстан	3 445,2	8,02	3 293,4	8,47	5 279,9	8,76	5 670,9	9,20
Россия	9 560,4	22,25	8 804,2	22,65	13 041,2	21,64	14 286,9	23,18

²⁴ Сайт ЕЭК [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://eec.eaeunion.org/>

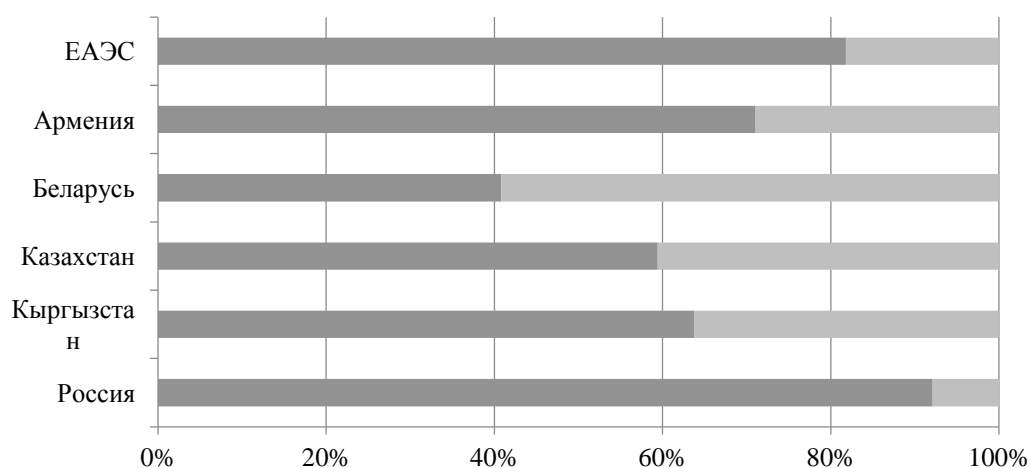
Продолжение таблицы 13

	2016		2017		2018		2019	
	Млн.\$ США	Удельный вес, %	Млн.\$ США	Удельный вес, %	Млн.\$ США	Удельный вес, %	Млн.\$ США	Удельный вес, %
Кыргызстан - Россия	1 211,0	2,81	1 210,0	3,11	1 996,2	3,31	1 841,0	2,99
Кыргызстан	178,4	0,41	205,3	0,53	358,2	0,59	281,3	0,46
Россия	1 032,6	2,40	1 044,7	2,58	1 638,0	2,72	1 559,7	2,53
оборот	509 372,7	85,6*	450 762,7	85,5*	753 836,4	86,3*	735 775,9	85,6*
экспорт	308 264,8	87,8*	274 308,5	87,6*	490 722,0	89,1*	460 749,2	88,2*
импорт	201 107,9	82,6*	176 454,2	82,4*	263 114,4	81,5*	275 026,7	81,6*
сальдо	107 156,9	-	97 854, 3	-	227 607,6	-	185 722,5	-

*Удельный вес к итогу по внешней торговле со всеми странами

До 2017 года наблюдалась положительная динамика взаимной торговли. Но, в 2018 г внешнеторговая ситуация характеризовалась более низким ростом, чем в 2017 г. в 2019 г прирост объема взаимной торговли замедлился, но сохранил положительную динамику.

Определяющим фактором стало снижение объема экспортных поставок, зато импорт из третьих стран вырос (рис. 9).



■ Удельный вес импорта из третьих стран в общем объеме импорта

Рисунок 9 – Доля импорта во взаимной торговле в общих объемах импорта товаров по ЕАЭС в целом и по государствам – членам ЕАЭС

Наибольший удельный вес импорта из третьих стран в общем объеме импорта у России (92,1 %), Армении (71%), Кыргызстана (63,8%), Казахстана (59,4%) и наименьший у Белоруссии (40,8%).

Наименьший удельный вес импорта во взаимной торговле в общем объеме импорта у России (7,9%), Армении (29%), Кыргызстана (36,2%), Казахстана (40,6%) и наибольший у Белоруссии (59,2%).

У ЕАЭС удельный вес импорта из третьих стран в общем объеме импорта – 81,8%, а удельный вес импорта во взаимной торговле в общем объеме импорта – 18,2%.²⁵ Далее рассмотрим структуру взаимной торговли стран ЕАЭС по укрупненным группам товаров (табл. 14).

Таблица 14 – Структура взаимной торговли государств-членов ЕАЭС по укрупненным товарным группам за период 2015 – 2020 г, в %

		2015	2016	2017	2018	2019	2020
Код по ТН ВЭД	Наименование группы ЕАЭС	ЕАЭС					
01-24	Продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье	15,5	16,6	15,2	14,6	15,6	17,9
25-27	Минеральные продукты	33,3	27,0	27,5	28,5	25,6	21,6
28-40	Продукция химической промышленности	11,7	12,4	12,1	11,6	12,1	13,1
44-49	Древесина и целлюлозно-бумажные изделия	2,5	2,8	2,7	2,7	2,7	3,0
50-67	Текстиль, текстильные изделия и обувь	3,4	4,0	3,7	3,8	3,8	4,0
72-83	Металлы и изделия из них	10,7	11,3	13,2	13,2	12,8	12,3
84-87,90	Машины, оборудование и транспортные средства	16,6	17,9	18,5	19,1	19,9	20,0

²⁵ Сайт ЕЭК [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://eec.eaeunion.org/> – 01.05.2021.

В региональной торговле ЕАЭС 2020 года минеральные продукты равнялись 21,6 процентных пункта (далее п.п.), но на 4 процентных пункта меньше, чем в 2019 году;

Машины, оборудования и транспортные средства (20 п.п.), продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье (17,9 п.п.) выросли на 2,3 процентных пункта, продукция химической промышленности (13,1 п.п.), металлы и металлические изделия (12,3 п.п.) снизились на 0,5 процентных пункта.

В таблице 15 представлены объемы импорта во взаимной торговле государств – членов ЕАЭС по расширенным товарным группам за период 2017-2020 гг.

Таблица 15 - Объемы импорта во взаимной торговле государств – членов ЕАЭС по укрупненным товарным группам за период с 2017 по 2020 гг

	ЕАЭС		Армения		Беларусь		Казахстан		Кыргызстан		Россия	
	млрд \$ США	в % к итогу	млрд \$ США	в % к итогу	млрд \$ США	в % к итогу	млрд \$ США	в % к итогу	млрд \$ США	в % к итогу	млрд \$ США	в % к итогу
	2017 год											
Импорт всего	42,4	100,0	1,1	100,0	15,4	100,0	0,9	100,0	1,7	100,0	14,5	100,0
Минеральные продукты	11,6	33,0	0,4	40,3	7,5	48,5	1,7	16,6	0,4	30,2	1,6	11,3
Машины, оборудование и транспортные средства	8,1	18,2	0,1	12,5	2,4	15,0	2,4	24,0	0,2	11,7	3,1	21,3
Продовольственные товары и с/х сырье	6,8	14,6	0,2	20,3	0,9	6,0	4,4	14,1	0,4	22,8	3,9	26,8
Продукция химической промышленности	5,3	11,8	0,08	7,8	1,7	10,5	1,6	16,2	0,2	12,5	1,8	12,7
Металлы и изделия из них	4,6	10,6	0,09	9,0	1,6	10,4	1,2	12,3	0,2	10,09	1,6	10,9
Текстиль, текстильные изделия и обувь	1,5	2,9	0,2	1,3	0,4	2,8	0,2	2,7	0,08	0,5	0,8	5,7
Древесина и целлюлознобумажные изделия	1,2	2,5	0,3	2,7	0,3	2,1	0,4	4,8	0,2	7,8	0,2	1,9
Другие товары	3,1	6,4	0,6	6,1	0,7	4,7	0,9	9,3	0,06	3,6	1,4	9,4
2018 год												
Импорт всего	58,3	100,0	0,001	100,0	22,7	100,0	13,2	100,0	1,8	100,0	19,0	100,0

Продолжение таблицы 15

	ЕАЭС		Армения		Беларусь		Казахстан		Кыргызстан		Россия	
	млрд \$ США	в % к итогу	млрд \$ США	в % к итогу	млрд \$ США	в % к итогу	млрд \$ США	в % к итогу	млрд \$ США	в % к итогу	млрд \$ США	в % к итогу
2018 год												
Минеральные продукты	16,5	28,3	0,5	32,3	11,2	49,1	1,93	14,6	0,6	35,5	2,3	11,9
Машины, оборудование и транспортные средства	11,5	19,8	0,3	18,7	3,7	16,4	3,4	25,8	0,2	7,8	3,96	20,8
Продовольственные товары и с/х сырье	8,4	14,6	0,3	20,8	1,4	5,8	1,7	13,2	0,4	22,5	4,7	4,8
Продукция химической промышленности	7,0	12,1	0,1	9,0	2,30	10,1	2,0	15,5	0,2	10,8	2,4	12,5
Металлы и изделия из них	7,7	13,2	0,1	10,6	2,6	11,6	2,0	15,4	0,2	13,0	2,6	13,7
Текстиль, текстильные изделия и обувь	1,9	3,4	0,02	1,4	0,4	2,0	0,4	3,0	0,01	0,9	1,1	5,8
Древесина и целлюлознобумажные изделия	1,5	2,6	0,04	3,1	0,4	1,9	0,6	4,7	0,09	5,3	0,4	1,9
Другие товары	3,5	6,0	0,06	4,1	0,7	3,1	1,03	7,8	0,07	4,2	1,6	8,6
2019 год												
Импорт всего	61,9	100,0	1,7	100,0	22,2	100,0	15,3	100,0	2,1	100,0	20,5	100,0
Минеральные продукты	9,5	15,4	0,3	17,6	1,5	6,7	2,1	14,1	0,4	21,6	5,1	24,9
Машины, оборудование и транспортные средства	15,8	25,5	0,6	33,5	9,9	44,5	2,04	13,4	0,7	33,3	2,5	12,4
Продовольственные товары и с/х сырье	7,4	12,1	0,1	8,9	2,3	10,4	2,2	14,5	0,2	12,6	2,5	12,3
Продукция химической промышленности	1,7	2,7	0,05	3,4	0,4	1,9	0,7	4,5	0,1	6,0	0,4	1,8
Текстиль, текстильные изделия и обувь	2,2	3,5	0,03	1,8	0,5	2,4	0,5	3,1	0,01	0,9	1,1	5,5
Металлы и изделия из них	7,9	12,8	0,1	8,7	2,5	11,2	2,4	15,5	0,2	12,3	2,6	12,9
Древесина и целлюлознобумажные изделия	12,8	20,7	0,3	16,4	3,9	17,5	3,9	26,1	0,2	8,7	1,1	21,6
Другие товары	4,5	7,3	0,2	9,7	1,2	5,4	1,3	8,8	0,09	4,6	1,7	8,6
2020 год												
Импорт всего	42,8	100,0	1,4	100,0	13,1	100,0	11,4	100,0	1,5	100,0	15,5	100,0
Минеральные продукты	7,7	18,1	0,2	19,3	1,2	8,9	1,9	16,7	0,3	22,0	4,07	26,3
Машины, и транспортные средства	9,05	21,1	0,4	30,2	4,8	36,6	1,4	12,3	0,5	31,3	1,9	12,8

Продолжение таблицы 15

	ЕАЭС		Армения		Беларусь		Казахстан		Кыргызстан		Россия	
	млрд \$ США	в % к итогу	млрд \$ США	в % к итогу	млрд \$ США	в % к итогу	млрд \$ США	в % к итогу	млрд \$ США	в % к итогу	млрд \$ США	в % к итогу
Продовольственные товары и с/х сырье	5,8	13,5	0,1	10,2	1,7	13,1	1,8	15,8	0,2	13,5	1,9	12,5
Продукция химической промышленности	1,3	3,0	0,04	3,2	0,3	2,5	0,5	4,3	0,07	4,8	0,3	2,1
Металлы и изделия из них	1,6	3,9	0,03	2,3	0,4	3,1	0,3	3,2	0,01	1,2	0,8	5,4
Текстиль, текстильные изделия и обувь	5,6	13,1	0,1	10,3	1,8	13,7	1,6	14,5	0,2	16,4	1,8	11,5
Древесина и целлюлознобумажные изделия	8,7	20,2	0,2	18,6	2,3	17,7	2,8	24,7	0,1	7,1	3,2	20,5
Другие товары	3,03	7,1	0,08	5,9	0,5	4,4	0,9	8,5	0,06	3,9	1,4	8,9

Следует отметить, что во взаимной торговле стран ЕАЭС основной импорт приходится на минеральную продукцию, а самый незначительный спрос на текстиль, текстильные изделия и обувь.

Но с 2016 г произошло увеличение на спрос «текстиль, текстильные изделия и обувь» с 1 547,2 млн \$ США до 1 663,0 млн \$ США. Пик был в 2018 г и составлял 2 188,2 млн \$ США. Если говорить отдельно про страны, то импорт текстиля, текстильных изделий и обуви больше всего приходится на Россию и так же вырос с 824,0 млн \$ США до 838 млн \$ США. У Армении, Белоруссии, Казахстана и Кыргызстана основная доля приходится на минеральную продукцию.

Для всех стран участниц ЕАЭС важность рынка приобретает высокое значение. Во-первых, производимая в этих странах не сырьевая продукция не имеет никакой конкурентоспособности, что не даёт ей хорошо продаваться в странах дальнего зарубежья. Во-вторых, больше всего общего у стран ЕАЭС между собой, чем у стран дальнего зарубежья:

1) экспортеры и импортеры ЕАЭС достаточно хорошо ладят между собой, благодаря, силе культурных и языковых традиций;

2) страны ЕАЭС сохранили инфраструктуру, которая их соединяет;

3) имеется географическая близость.

Основные проблемы обувного рынка связаны с тем, что присутствует большое количество контрафактной продукции. Маркировка обувной продукции должна и исправить эту ситуацию. Преодолеть проблемы нелегальной торговли обувью без маркировки не представляется возможным.

Нелегальный рынок порождает коррупцию, которая поглощает обувной рынок. Ведь «легальная обувь» стоит дороже, за нее уплачены таможенные пошлины, НДС и прочее, контрафакт значительно дешевле.

3 ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ТАМОЖЕННО-ТАРИФНОГО И НЕТАРИФНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ИМПОРТА ОБУВИ В РФ, В УСЛОВИЯХ ЕАЭС

3.1 Проблемы таможенного регулирования импорта обуви в РФ в условиях ЕАЭС

Первая проблема – это незаконный ввоз обувной продукции.

Если говорить о контрабанде – ввоз с уклонением от уплаты налогов, то несомненно это очень сильно влияет на экономику стран.

Получается так, что импортеры на границе платят НДС, но, в стране экспортера помимо НДС возмещают еще и пошлину. Размеры этих платежей зависят от цены на ввезенное, т.е. от таможенной стоимости.

Ставки пошлины на обувь зависят от того, к какой группе ТН ВЭД относится и НДС 20%. Но импортируемый товар чаще всего попадает на рынок по заниженной таможенной стоимости. То есть, таможенную стоимость умышленно занижают — для того, чтобы уклониться от уплаты пошлины и НДС.

В целом таможенную стоимость импорта занижена где – то в 5 раз, а то и больше.

Способы перевоза нелегальной продукции:²⁶

1) «Тушканы» - Из Италии едет 20 тонная фура с товаром, затем товар перегружается в легковые автомобили (водителей и называют «тушканы»), затем легковые автомобили пересекают границу без таможенного декларирования, в районе Выборга товар загружают в другую фуру, а водителю дают поддельные документы, согласно которым товар «растаможен» и фура уезжает в Москву.

2) «Перегруз» - Фура едет с товаром из Финляндии и на границе подает верную декларацию, которая соответствует содержимому, но на пункте пропуска водитель подает «нужному» таможенному работнику поддельную декларацию, в которой перевозят, допустим, «щебень», затем товар переукладывают в

²⁶ Сайт РБК [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/> – 01.06.2021.

другую фуру и водителю дают документы, согласно которым товар растаможен и фура едет в Москву.

3) «Подмена декларации» - Грузовой самолет с товаром прилетает в Таллин из Китая или Турции, происходит перегрузка товаров в фуру и на таможене так же подается верная декларация, и идет загрузка на паром, затем в России уже подается декларация на другой товар и таможенные работники без досмотра проводят растаможку, и фура спокойно уезжает в Москву.

В среднем платежи в бюджет при импорте товаров легкой промышленности в Россию составляют 30-35% от стоимости отправки на счет.

Ставки гораздо меньше на нелегальный провоз, и к тому же они никак не привязаны к инвойсам. К примеру, при импорте двадцати тонной фуры с той же одеждой или обувью импортер обязан заплатить 45–60 тыс. \$, притом, что не будет зависеть от происхождения товара.

В этот платеж входит уплата 3 тыс.\$ на «товар-прикрытие», 10–12 тыс. \$ на взятки таможенным работникам, работникам полиции и ФСБ, а остальные платежи — это маржа таможенного брокера.²⁷

Как уже говорилось ранее, с 1 июля 2020 года была введена маркировка обуви. Все эти меры введены лишь для того, чтобы уменьшить ввоз нелегальной обувной продукции.

Вторая проблема – импортозависимость обувного рынка России и влияние колебаний валютных курсов на стоимость импорта.

Российские кожевенники полностью готовы к импортозамещению. Как будет развиваться дальше кожевенная отрасль зависит только от того, какой будет спрос на внутреннем рынке.

Российская кожевенная промышленность имеет достаточно большую историю.²⁸

²⁷ Сайт РБК [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/> – 01.06.2021.

²⁸ Сайт РБК [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/> – 01.06.2021.

«Рубиконом стали 90-е годы и трансформация всей экономической модели страны. Не все компании выжили на этот раз: из 50 крупных компаний 30 закрылись, остальные оказались на грани выживания.

Истощение основной сырьевой базы - животноводства, катастрофический износ основных фондов, устаревание оборудования и технологий, тотальная нехватка кадров и плохая подготовка рабочего класса омрачили промышленность.

Ситуация кардинально изменилась в 2014-2015 годах, как рассказывают кожевники. Власти начали реализовывать сразу несколько мер по субсидированию, что в конечном итоге помогло отрасли выйти из затяжного кризиса.

За последние 5 лет 20 российских кожевенных заводов были модернизированы и открыты новые производства, в том числе крупные производственные мощности холдинга «Мираторг» в Брянской области и группы компаний «Русская кожа» на Алтае, так же начали выпускать новые виды промышленных отраслей. "

Сегодня Россия входит в пятерку крупнейших стран-производителей натуральной кожи, производя 9% мирового объема воловьей кожи и 2% кожи овец и коз.

Проблемы, в кожевенной отрасли:

- 1) недостаток исходного сырья — необработанных шкур животных.
- 2) невысокое качество сырья

С 2015 года восполнена нехватка шкур на внутреннем рынке, при помощи импорта. За 5 лет этот показатель увеличился на 36%. В основном в Россию импортируются полуфабрикаты из шкур крупного рогатого скота: они составляют 63% от общего объема импорта.²⁹

Основные подрядчики кожевенного сырья:

- 1) Беларусь
- 2) Индия
- 3) Италия

²⁹ Маркетинговые исследования и отчеты [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://tebiz.ru/>

4) Австралия

5) Южная Корея

Коронавирусная инфекция положительное повлияла на рынок кожевенного сырья:

Во-первых, качество поставляемого сырья никак не изменилось, но из-за повсеместного снижения объемов производства и, соответственно, потребления сырья у кожевенников теперь есть выбор.

Во-вторых, увеличились объемы закупок натуральной кожи на внутреннем рынке.

Из-за пандемии и ограничительных карантинных мер кожевенная промышленность России находится в состоянии застоя, из-за того, что уменьшается спрос фабрики обязаны уменьшать объемы производства.

Этому будет способствовать полное прекращение вывоза продукции и снижение спроса на кожу на внутреннем рынке.

Последнее отражает проблемы отрасли потребительских товаров (обуви, автомобилей и кожгалантереи), так как они связаны с сокращением доходов населения и, значит, снижением потребительского спроса на готовую продукцию.

Что касается дальнейшего развития кожевенной отрасли, так это во многом зависит от государственной политики в поддержании отечественных производителей. Огромный плюс так это то, что импорт кожаных изделий превышает экспорт.

В настоящее время уменьшение стоимости курса рубля после самого мощного, с 1991 г., обвала цен на нефть может вернуть потребительские цены к росту. Курс доллара к рублю, объявленный ЦБ, с 11 марта – 73,6992 руб. за \$1, евро – 89,9057 руб. за евро.³⁰

За период с 2014 по 2016 годы российская экономика переживала кризис, вызванный истощением ресурсов модели экономического роста, которая была

³⁰ Сайт Центрального Банка РФ [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим до-ступа: <https://www.cbr.ru/>– 05.05.2021.

построена на включении избыточных мощностей в производство и стремительно возрастающих внешнем спросе.³¹

Внешние факторы, которые оказали негативное влияние на экономическое развитие РФ, за рассматриваемый период:

1) со стороны западных стран введены финансовые и технологические санкции;

2) значительное падение цен на мировых рынках на нефть и др. сырьё.

Влияние выше представленных факторов оказывала ухудшение на динамику основных макроэкономических показателей, исключением стало сельскохозяйственное производство. Стоимость национальной валюты снизилась, так как произошло фактическое закрытие на западных рынках российских банков и компаний, к тому же уменьшилась на внутренних рынках экспортная выручка ЦБ (Центральный Банк) обязан был позволить рублю «свободно плавать». В декабре 2014 года цена на рубль резко опустилась, тогда курс доллара равнялся 55,4 рубля за 1 \$, а в январе цена составляла 33,5 рубля за 1 \$. В первом полугодии 2016 года цена на доллары США увеличилась до 77,2 рубля за 1 \$, потом рубль постепенно рос, и в течение 2017 года цена за 1 \$, относительно стабилизировалась, были колебания от 56 до 60 рублей. Темпы роста экспорта, в данном положении, были довольно таки положительными в физическом выражении, в течении двух лет импорт постепенно снижался, но в 2016 г. он начал расти и продолжал и в 2017 году. (см. таблицу 16).³²

Таблица 16 - Курс рубля и динамика внешней торговли России,

% к предыдущему году

Показатели	2013	2014	2015	2016	2017
Курс доллара к рублю, декабрь к декабрю, %	107,0	168,5	125,7	89,3	94,2

³¹ Валютный курс и конкурентоспособность экономики. Аналитическая записка [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: http://www.cbr.ru/Content/Document/File/16752/analytic_note_06.pdf – 05.05.2021.

³² База данных таможенной статистики внешней торговли Российской Федерации, 2013-2017 гг., [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: www.customs.ru – 10.05.2021.

Продолжение таблицы 16

Показатели	2013	2014	2015	2016	2017
Прирост экспорта	9,8	0,5	7,1	4,8	3,6
Прирост/падение импорта	67,7	-7,3	-25,0	2,3	16,7

Из данных представленных в таблице 16 можно сделать вывод о том, что внешняя торговля реагирует на девальвацию рубля достаточно классическим образом: если экспорт увеличился, то импорт уменьшился.

На внешние торговли РФ не всегда оказывает влияние обесценивание рубля. Например, в 2014 и 2015 годах, во времена кризиса, экспорт и импорт отреагировали на обесценивание рубля противоположным образом: если экспорт увеличивался, то импорт уменьшался.

Для импортеров, если происходит обесценивание национальной валюты, то происходит увеличение стоимости на закупку иностранной продукции. За последнее время, рублевые эквиваленты экспортной выручки не меняются, т.е. не снижаются, а также и затраты на импорт, при условии значительного уменьшения стоимости ввоза и вывоза товаров.

Из-за достаточно хорошей динамики от общего объема вывоза товарной продукции, предложение в крупных товарных группах, в которых наблюдается большой рост экспортной выручки, очень быстро увеличивается. В случае импорта восстановление происходит быстрее именно тогда, когда группы потратили достаточно огромную часть денег на реализацию импорта.

Быстрыми темпами в товарных группах предложение увеличивается быстрее только в том случае, если динамика от общего объема экспорта положительная, и ещё если в ней видно увеличение экспортной выручки. Что касемо импорта, то он будет восстанавливаться быстрее только в тех товарных группах, где потратилось большее всего количество денежных средств на импортную реализацию

С падением рубля на текстиль и обувь все происходит с некоторым опозданием, потому что в ситуации «вынужденных» сбережений, прежде всего, люди откажутся тратить на обновление гардероба. Розничные магазины сводят маржу к минимуму и «откладывают» точку переоценки, чтобы максимально «замаскировать» рост цен и не потерять покупателей.³³

Ни один магазин текстиля и обуви не захочет работать в ущерб себе, а ослабление рубля приведет к увеличению затрат на первоначальную стоимость коллекций. Это означает, что крупные розничные торговцы, в которых потребитель более чувствителен к цене, будут вынуждены предлагать товары более низкого качества по той же цене. А в элитном сегменте товары аналогичного качества неизбежно вырастут в цене в наступающем сезоне.

Если продавцы начнут повышать цены по мере падения местной валюты, их продажи упадут.

От динамики обменного курса национальной валюты в большей степени оказывается зависит динамика и векторы внешней торговли. А под влиянием иных внутренних и внешних факторов у них изменения также и происходят. Благодаря падению спроса можно сдерживать импорт.

На падение импорта оказали влияние такие факторы, как:

- 1) ослабление рубля;
- 2) государственная политика импортозамещения, которая ввелась в 2014 году, благодаря «санкционной войне» с западными странами;
- 3) снижение внутреннего потребительского и инвестиционного спроса.

Оказывается то, что сильная девальвация национальной валюты по сути своей – это очень эффективный протекционистский инструмент, так как препятствует ввозу, с помощью создания дополнительного финансового барьера и генерирует к тому же дополнительный доход для вывоза.³⁴

³³ Газета.ru [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://www.gazeta.ru/business/2020/03/10/12997969.shtml>. – 23.05.2021.

³⁴ Поливач, А.П. Фактор валютного курса во внешней торговле ведущих стран. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: https://www.imemo.ru/files/File/ru/dis/2017_001_Polivatch_DIS.pdf – 23.05.2021.

Двойное ослабление валюты равно введению 100% ввозной пошлины на все товары, без исключения, даже на те, где пошлина составляет 0.

Через год – два эффект от девальвации будет полностью нейтрализован. У экспортёров и импортёров есть время для того, чтобы приспособиться к новому уровню обменного курса. Минусом в ослаблении денежно-кредитной политики можно назвать то, что её действия совершенно неизбирательны, а также к минусам можно отнести то, что она является справедлива в отношении всех товаров, что не допустимо в отношении избирательного подхода при выборе объекта поддержки.

И так, не всегда, девальвация национальной валюты, используемая как инструмент регулирования во внешней торговле, приводит к тем результатам, о которых было сказано в теории, так как на практике происходит увеличение вывоза, и уменьшение ввоза. Но, в иногда получается так, что экспорт и импорт ведут себя отдельно друг от друга, что прямо противоречит общепринятым теоретическим положениям.

3.2 Перспективы таможенного регулирования импорта обуви в РФ в условиях ЕАЭС

Проблемы, приведенные в предыдущем параграфе, можно решить следующим образом.

Первая проблема решается при помощи маркировки.

Государства ЕАЭС намереваются сделать к 2023 году единую систему отслеживаемости товаров на территории ЕАЭС. Эта мера нужна для того, чтобы обеспечить свободное движение товаров, но, помимо этого привести в исполнение единые механизмы криптографической защиты кодов маркировки.

Для разработки единой системы маркировки продукции на пространстве ЕАЭС необходима интеграция информационных систем. Это гарантирует свободное перемещение товаров и позволяет реализовать единые механизмы криптографической защиты для идентификационных кодов товаров. Теперь страны-члены ЕС могут использовать национальные правила, а с 1 января 2023 года

будут введены единые требования. Для этого создается чертёж дорожной карты.³⁵

Однако, оказалось, что не всё так хорошо. Выгода от маркировки разумеется есть, те компании, которые раньше скрывались от уплаты налогов, сейчас это сделать не могут, так как регистрация обувной продукции происходит в системе «Честный знак».

Проблемы возникшие, с введением маркировки:

1) Главной проблемой оказалась маркировка импортного товара, т.к. коды маркировки необходимо нанести до ввоза в страну. В связи с этим есть два пути решения: импортеры либо договаривались с производителями, чтобы те маркировали товар на своих фабриках за рубежом, либо делали это самостоятельно по приезду товара и до прохождения таможенных процедур. На сегодняшний день второй вариант более распространен, начали появляться компании, которые предоставляют свои услуги.

2) Вторая проблема – маркировка остатков. Для многих «мелких» фирм процедура маркировки оказалась дорогостоящей и трудозатратной, и поэтому они старались быстро избавиться от товара. Но, есть и положительная сторона, к примеру, для потребителей, так как, в преддверии маркировки обуви многие розничные магазины устроили акции и продали товар по низким ценам.

3) Третья проблема – обучение работе с маркированным товаром сотрудников и закупка необходимого оборудования, подключение к операторам ЭДО и выстраивание нового формата отношений с контрагентами. И, так как это затраты компании, то их надо окупить. Следует производителям и импортерам нужно повышать себестоимость товара, что приведет к росту цен на обувь, что является минусом для потребителя.³⁶

Ожидается, что рано или поздно все государства-члены ЕАЭС примут решение о введении маркировки для определенных товарных групп. Это создает условия для проверки законности сделок на рынке для всего ЕАЭС.

³⁵ Условия для нового уровня интеграции национальных систем маркировки намерены создать в ЕАЭС [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://irkutsk.bezformata.com/listnews/> – 10.05.2021.

³⁶ Бухгалтерия.ру [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://www.buhgalteria.ru/> – 10.05.2021.

Положения о единой маркировке изложены в данном международном договоре.

Вторая проблема решается за счет наращивания собственного производства.

Важной проблемой является высокая рентабельность экспорта кожевенного сырья за границу, для отечественных производителей, если сравнивать с национальными продажами.

Рассмотрим производство кожевенного сырья в России с 2015 г до 2019 г. (рис 10)³⁷

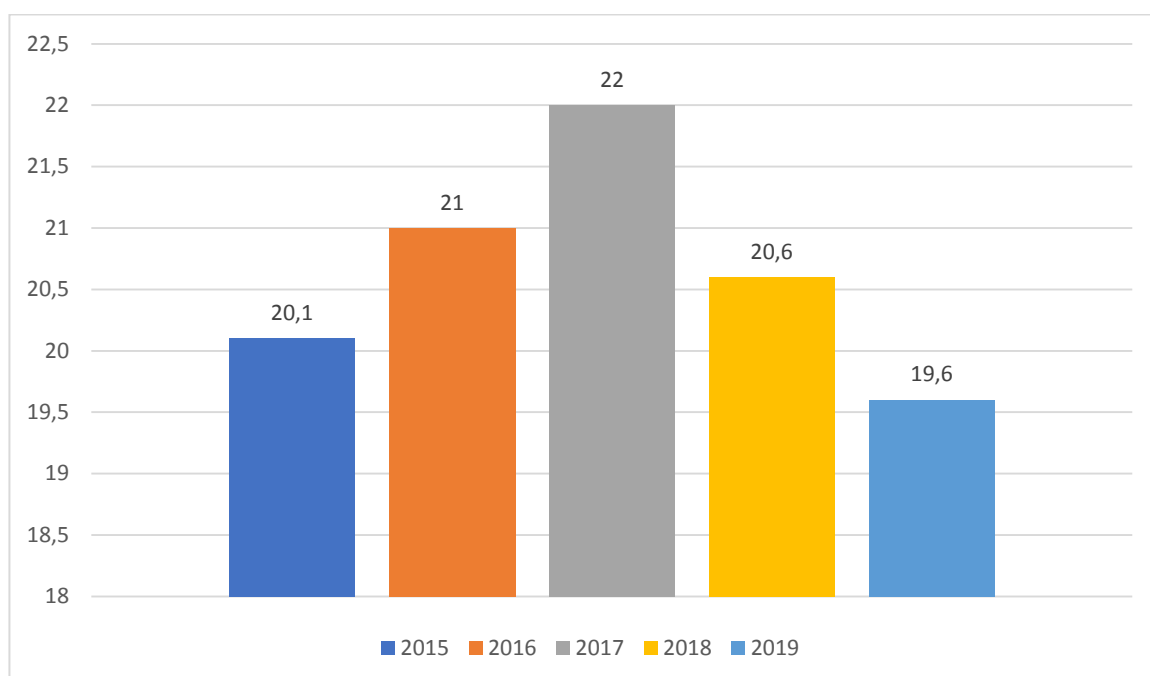


Рисунок 10 – производство кожевенного сырья в России за период 2015 – 2019 гг., в млн кв. м.

Как видно из рис. 10 в 2019 г производство составило 19,6 млн кв. м, получается, что, если сравнивать с 2015 г, то выпуск снизился на 2,5%. После кризиса в 2014 в 2016 г и 2017 г производство кожевенного сырья растет. В 2018-2019 гг. видно, что произошло сокращение производства.

³⁷ Маркетинговые исследования рынка [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://drgroup.ru> – 01.05.2021.

Это связано с насыщением сырьем у компаний-поставщиков кожевенного сырья, а ещё спадом спроса на продукцию в результате изменений налогового законодательства в области возврата НДС в кожевенную отрасль.

Рентабельность экспорта шкур за границу по сравнению с продажами на внутреннем рынке является серьезной проблемой. В 2014–2016 годах, когда курс рубля к доллару США существенно ослабел, вопрос привлекательности экспорта кожевенного сырья для отечественных производителей стал очень актуальным. 1 октября 2014 года Минпромторг запретил вывоз кожаных полуфабрикатов из страны из-за нехватки сырья для собственных нужд кожевенной промышленности.

Благодаря этому правительство России обрело право на временное ограничение или запретит вывоза кожаных полуфабрикатов на промежуток до полугода. В последние годы экспорт кожевенной продукции неоднократно ограничивался.

Впрочем, вопреки ограничениям на экспортные поставки российского кожевенного сырья, вывоз остается важным стимулом для продвижения производства множество российских предприятий. В 2019 году произошло открытие четвертого завода ГК «Русская кожа» в городе Заринск Алтайского края. Представители компании надеются на то, что это повысит конкурентоспособность российских изделий в странах Юго-Восточной Азии, так как значительно снижаются транспортные расходы.

В 2020-2021 годах после уменьшения спроса, связанного с кризисом (пандемией), в стране ожидается снижение производства кожевенного сырья. В 2022-2024 годах производство будет постепенно увеличиваться. Следует отметить, что темпы роста производства ограничиваются объемом базового сырья.

Так как сырые шкуры и кожа являются в первую очередь побочным продуктом животноводства для производства мясных продуктов, то производство сырых шкур ограничивается возможностями животноводства в этой отрасли.

Сохранение ставок на импорт обуви, с некоторым из повышения и наращивание производства в стране из своего сырья или сырья, поставляемого из

Беларуси, будет способствовать изменению ориентации рынка и переходу его на импортозамещение.

За последние годы кожевенное производство выросло благодаря импортозамещению. В настоящее время российские компании используют модернизацию производства кожи – для изготовления обуви или направлений в экономике (автомобильная, авиационная, мебельная отрасль).

Кожевенная индустрия очень зависит от объема сырьевого ресурса. Поголовье КРС в России снижается, пусть и не так резко, как 10–15 лет назад, но мы имеем ежегодное сокращение на пару п.п в год.

Минпромторг помогает с помощью ограничения ввоза сырья. Так же перед компаниями, которые связаны с кожевенным сырьем, стоит задача – наращивание импорта кожевенного сырья. Это даст увеличение выпуска продукции для внешнего рынка и внутреннего.

Большинство российских предприятий уже используют современные системы оборудования или расширяют свои мощности. Наиболее важными для отрасли являются:

- 1) АО «Русская кожа» - завод по производству переработке сырья овчины;
- 2) Компания «Ортмода» - производство ортопедической обуви;
- 3) Кожевенный завод «Хром» - производство кожи для разных видов обуви, от рабочей до обуви высшего класса.
- 4) «ВКП ЛТ» - модернизация мощности, которая повышает качество выпускаемой продукции и расширяет выбор;
- 5) «Парижская коммуна» - создание обуви для детей, при помощи новейших технологий;
- 6) Компания «Фарадей» - изготовление последних новинок обуви специального назначения;
- 7) Компания «Брис-Босфор» - создание обуви из разных материалов.

Таким образом можно сделать вывод, что все же основная проблема на рынке – это ввоз контрафакта. Маркировка продукции, на сегодняшний день, один из основных способов борьбы с контрафактом. Национальные производители обуви тянутся к увеличению объемов, качеству производимой продукции, а также происходит очистка рынка от контрафактных товаров и достижение общих успехов в развитии бизнеса.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На сегодняшний день обувной рынок во всем мире активно развивается. Появляются новые производственные технологии, совершенствуются материалы, повышается уровень квалификации рабочих, задействованных в производстве.

Рынок обуви достаточно на сегодняшний день довольно таки привлекательный. Это напрямую связано со стабильными темпами роста, показателем численности населения, увеличением темпов роста в стоимостном выражении.

Рынок обуви хорошо развит, и поэтому то, что он находится в стадии разработки, показывает его привлекательность и готовность начать новый бизнес.

В первой главе были рассмотрены теоретические аспекты таможенно-тарифного регулирования ввоза обуви в РФ в условиях ЕАЭС. Основная цель - регулирование внешней торговли товарами, что включает защиту внутреннего рынка РФ. И с 1 июля 2020 года была введена обязательная маркировка обуви. Маркировка обуви способствует свободному передвижению продукции между странами ЕАЭС.

Во второй главе, проводился анализ ввоза обуви в страны ЕАЭС.

Во взаимной торговле государств ЕАЭС импортируются в основном минеральные продукты, наименьшим спросом пользуются текстиль и текстильные изделия, и обувь. Ввоз текстиля, текстильных изделий и обуви в основном осуществляется из РФ.

Для всех стран участниц ЕАЭС важность рынка приобретает высокое значение. Во-первых, производимая в этих странах не сырьевая продукция не имеет никакой конкурентоспособности, что не даёт ей хорошо продаваться в странах дальнего зарубежья. Во-вторых, больше всего общего у стран ЕАЭС между собой, чем у стран дальнего зарубежья:

- 1) экспортеры и импортеры ЕАЭС достаточно хорошо ладят между собой, благодаря, силе культурных и языковых традиций;
- 2) страны ЕАЭС сохранили инфраструктуру;

3) имеется географическая близость.

Третья глава посвящена проблемам на обувном рынке. Одной из основных проблем является импорт контрафактной продукции, для борьбы с этой проблемой была введена маркировка обуви, которая поможет сократить ввоз нелегальных товаров.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Таможенный кодекс Евразийского экономического союза: принят Гос. Думой 01.01.2018: по состоянию на 03.09.2018. – М.: Проспект, 2016. – 510 с.
- 2 Гражданский кодекс Российской Федерации: Федеральный закон РФ № 51-ФЗ 30.11.94: принят ГД ФС РФ 21.10.1994. – М.: Омега-Л, 2017. – 576 с.
- 3 Шишканова, Е. Э. Таможенно-тарифное регулирование внешнеэкономической деятельности как инструмент экономической безопасности страны. // Научно-методический электронный журнал «Концепт», 2015. – С. 86–90.
- 4 Конвенция о Гармонизированной системе описания и кодирования товаров: принята в Брюсселе 14.06.1983 г.
- 5 Андреев, В.И. Экспертиза и обнаружение фальсификации непродовольственных товаров. / В.И. Андреев. – М.: Изд-во Международная педагогическая академия, 2017. – 165с.
- 6 Азгальдов, Г.Г. Теория и практика оценки качества товаров: учебное пособие. / Г.Г. Азгальдов. – М.: Изд-во Экономика, 2016. – 256 с.
- 7 Аристов, О.В. Управление качеством: учебник. / О.В, Аристов. – М.: Изд-во ИНФРА-М, 2017. – 240 с.
- 8 Голубенко, О.А. Товароведение непродовольственных товаров / О.А Голубенко. – М.: Альфа-М: НИЦ Инфра-М, 2017. – 336 с.
- 9 Дзахмишева, И.Ш. Идентификация и фальсификация непродовольственных товаров. / И.Ш. Дзахмишева. – 2-е изд., доп. и перераб. – М.: ИТК «Дашков и К», 2017. – 360 с.
- 10 Емельянов, С.М. Импорт, экспорт обуви. / С.М. Емельянов. – 2-е издание. – М: СПб, 2016 - 400 с
- 11 Мельников, В.П. Управление качеством: учебник / В.П. Мельников, В.П. Смоленцев, А.Г. Схиртладзе. – М.: ИЦ «Академия», 2017. – 352 с.
- 12 Селюков М. В. К вопросу о таможенно-тарифном регулировании внешнеэкономической деятельности государства / М. В. Селюков, М. Артамонова, Т. Буровникова // Мировая наука и современное общество: актуальные

вопросы экономики, социологии и права. – 2014. – 129 с.

13 Медведева, Е.В. Методика проведения анализа экспортно-импортных операций / Медведева Е.В., Гуськова Т.Н. – Одесса: Изд-во «Черноморье», 2016. – 23-32 с.

14 Чуватова, И.С. Администрирование таможенных доходов как фактор обеспечения экономической безопасности Российской Федерации / И.С. Чуватова. – М.: Изд-во Российской таможенной академии, 2016. – 467 с.

15 Поливач, А.П. Фактор валютного курса во внешней торговле ведущих стран. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: https://www.imemo.ru/files/File/ru/dis/2017_001_Polivatch_DIS.pdf – 23.05.2021.

16 Сайт GetMark [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://getmark.ru/> – 24.05.2021.

17 Сайт Федеральной таможенной службы [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.customs.ru> – 24.05.2021.

18 Shoes Report — издание о том, как вести обувной бизнес в России [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://www.shoes-report.ru/> – 25.04.2021.

19 Сайт экспорта и импорта России по товарам и странам [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://ru-stat.com/> – 15.05.2021.

20 Анализ рынка обуви: рейтинг производителей обуви в России [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://delprof.ru/press-center/open-analytics/analiz-rynka-obuvi-reyting-proizvoditeley-obuvi-v-rossii/> – 26.05.2021.

21 Маркетинговые исследования рынка [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://drgroup.ru> – 01.05.2021.

22 Министерство финансов российской федерации [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://minfin.gov.ru/ru/> – 01.06.2021.

23 Сайт РБК [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/> – 01.06.2021.

24 Сайт ЕЭК [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://eec.eaeunion.org/> – 01.05.2021.

25 Маркетинговые исследования и отчеты [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://tebiz.ru/> – 01.05.2021.

26 Сайт Центрального Банка РФ [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://www.cbr.ru/> – 05.05.2021.

27 Валютный курс и конкурентоспособность экономики. Аналитическая записка [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: http://www.cbr.ru/Content/Document/File/16752/analytic_note_06.pdf – 05.05.2021.

28 Условия для нового уровня интеграции национальных систем маркировки намерены создать в ЕАЭС [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://irkutsk.bezformata.com/listnews/> – 10.05.2021.

29 База данных таможенной статистики внешней торговли Российской Федерации, 2013-2017 гг., [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: www.customs.ru – 10.05.2021.