

УДК 394:314.15

DOI: 10.31660/1993-1824-2023-2-54-65

Тактика экономического поведения предпринимательства «второго эшелона» в санкционный период

С. Г. Симонов*, М. А. Хаматханова

Тюменский индустриальный университет, Тюмень, Россия

**simonovsg@tyuiu.ru*

Аннотация. В статье отмечены страны мира, накопившие опыт жизни в условиях экономических санкций Запада. Авторами названы главные социально-экономические последствия антироссийских западных санкций для предпринимательства «второго эшелона». Представленные результаты опросов российских предпринимателей, проведенных Фондом «Общественное мнение», подтверждают негативное влияние экономических санкций Запада на бизнес. В работе рассмотрены меры отечественных хозяйствующих субъектов малого и среднего форматов по преодолению социально-экономических последствий санкционного давления. Определена доля предпринимательских структур «второго эшелона», придерживающихся стратегии развития, стратегии выживания, а также тех, кто закрыл в санкционный период свой бизнес. Указаны формы организационной и правовой поддержки отечественных хозяйствующих субъектов малого и среднего форматов со стороны государства. Обоснованы роль и место тактического инструментария в реализации предпринимательской стратегии, ориентированной на собственные силы. Раскрыта специфика применения тактических подходов, методов и инструментов, корректирующих поведение предпринимательства «второго эшелона» в санкционный период.

Ключевые слова: экономическое поведение, предпринимательство «второго эшелона», тактический инструментарий, антироссийские санкции Запада, государственная организационная и правовая поддержка хозяйствующих субъектов малого и среднего форматов, современные сервисы

Для цитирования: Симонов, С. Г. Тактика экономического поведения предпринимательства «второго эшелона» в санкционный период / С. Г. Симонов, М. А. Хаматханова. – DOI 10.31660/1993-1824-2023-2-54-65 // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2023. – № 2. – С. 54–65.

Tactics of economic behavior of "second-tier" entrepreneurship during the sanctions period

Sergey G. Simonov*, Makka A. Khamatkhanova

Industrial University of Tyumen, Tyumen, Russia

**simonovsg@tyuiu.ru*

Abstract. The countries of the world that have accumulated experience of living under the conditions of economic sanctions of the West are marked. The main socio-economic consequences of anti-Russian Western sanctions for the "second-tier" entrepreneurship are identified. The results of surveys conducted by the Public Opinion Foundation among Russian entrepreneurs on the negative impact of Western economic sanctions on business are presented. The article examines the measures taken by small and medium-sized domestic economic entities to overcome the socio-economic consequences of sanctions pressure. The specific weights of the "second echelon" business structures that adhere to the development strategy, the survival strategy and also those who closed

their business during the sanctions period are determined. The forms of organizational and legal support provided by the state to domestic economic entities of small and medium-sized businesses are indicated. The role and place of tactical tools in the implementation of a self-oriented entrepreneurial strategy are substantiated. The peculiarities of the application of tactical approaches, methods and tools correcting the behavior of "second-tier" entrepreneurship during the sanctions period are revealed.

Keywords: economic behavior, "second-tier" entrepreneurship, tactical tools, Western anti-Russian sanctions, state organizational and legal support for small and medium-sized businesses, modern services

For citation: Simonov, S. G., & Khamatkhanova, M. A. (2023). Tactics of economic behavior of "second-tier" entrepreneurship during the sanctions period. *Proceedings of Higher Educational Institutions. Sociology. Economics. Politics*, (2), pp. 54-65. (In Russian). DOI: 10.31660/1993-1824-2023-2-54-65

Введение

Мировой опыт, накопленный пережившими или переживающими экономические санкции Западом странами (Иран, Ирак, Куба, Венесуэла и др.), убедительно свидетельствует, что одним из самых пострадавших институтов является предпринимательство «второго эшелона» [1–3]. Их последствия для национальных малых и средних предприятий не только болезненны и масштабны, но и многочисленны и продолжительны [4; 5].

К сожалению, не остались в стороне и российские предпринимательские структуры «второго эшелона», испытывавшие последствия экономических санкций Запада, как говорится, «по полной программе» (массовое закрытие малых и средних предприятий в нашей стране или их глубокая «заморозка»; переход отечественных предпринимательских структур, особенно малого и среднего форматов, в режим экономии и сокращения персонала; ощутимый рост объема просроченных субъектами малых и средних форм хозяйствования налогов; серьезные диспропорции в структуре предпринимательства «второго эшелона» в большинстве российских регионов и т. д.) [6].

Сказанное подтверждают и опросы отечественных предпринимателей, проведенные Фондом общественного мнения (ФОМ) в 2022 году. Согласно их результатам, 73 % представителей российского малого и среднего предпринимательства отметили негативное влияние западных санкций на бизнес. К отрицательным моментам респонденты отнесли:

- уменьшение числа клиентов и заказов (на это указали 60 % опрошенных);
- повышение цен и рост издержек производства и обращения (56 %);
- перебои с поставками (53 %);
- невозврат долгов и отсрочка платежей (23 %);
- рост ставок по кредитам (22 %);
- сложности с переводом денег и расчетами (21 %);
- трудности с выплатой налогов (13 %);
- повышение арендной платы (9 %) [7].

Стремясь преодолеть негативные последствия экономических санкций Запада, примерно 2/3 российских предпринимателей внесли изменения в свой бизнес. Среди подобных новаций в первую очередь ими были указаны индикативные колебания стоимости

товаров и услуг (46 % респондентов), поиск новых клиентов (33 %), новых поставщиков на смену ушедшим (28 %) и оптимизация издержек на сырье (28 %). Наряду с этим предприниматели прибегали к сокращению объема бизнес-деятельности и штата сотрудников.

Попытки хозяйствующих субъектов малого и среднего форматов адаптироваться к новым условиям подтолкнули их, на наш взгляд, к смене бизнес-стратегии. Этот вывод подтвердили и результаты исследований ФОМ:

- доля предпринимательских структур «второго эшелона», продолжающих придерживаться стратегии развития, сократилась на 10 % (снижение с 28 до 18 %);
- доля предпринимательских структур, использующих стратегию выживания, выросла на 11 % (повышение с 31 до 42 %);
- доля предпринимательских структур, закрывших в санкционный период свой бизнес, увеличилась на 3 % (рост с 2 до 5 %) [8].

Пожалуй, именно сегодня ощущается, насколько втянуто в орбиту мировой экономики отечественное предпринимательство, включая малое и среднее. Нарушения всех международных цепочек поставок, ограничения на внешние торговые и валютные операции, недоработанность механизма параллельного импортозамещения, непредсказуемость действий деловых партнеров стран ближнего зарубежья, вызванная боязнью введения западных санкций, — все это наглядно свидетельствует о зависимости жизнедеятельности российских предпринимательских структур от мирохозяйственных связей и межгосударственных экономических соглашений. Поэтому в настоящее время имеются все основания считать, что проблема поведения субъектов хозяйствования «второго эшелона» в санкционный период зависит от трендов мировой экономики и внешнеполитической ситуации [9].

В создавшихся условиях отечественные малые и средние предприятия в начале санкционного периода резонно рассчитывали на помощь государства, прежде всего, финансового характера. За 2014–2021 гг. были разработаны государственные программы поддержки предпринимательства «второго эшелона» на федеральном и региональном уровне, которые имели все основания быть реализованными. Однако развертывание СВО на территории Украины внесло свои коррективы, в силу чего приоритеты государства в вопросах финансовой помощи остались за населением и крупными компаниями преимущественно сырьевого сектора экономики.

Что касается хозяйствующих субъектов малого и среднего форматов, то здесь акценты сместились в сторону организационной и правовой их поддержки со стороны государства. Речь идет о введении моратория на проверки в отношении предпринимательских структур «второго эшелона», кредитно-налоговых каникул для них и единого налогового платежа (ЕНП), внедрении автоматизированной упрощенной системы налогообложения (АУСН), переходе на платежи через систему быстрых платежей (СБП), отсрочке по возврату субсидий, упрощении условий и порядка госзакупок, снижении ставки на эквайринг и пр.

При всей важности государственных организационных и правовых мер по поддержке отечественных малых и средних предприятий в период экономических санкций Запада одних только их явно недостаточно. Хозяйствующие субъекты «второго эшелона» испытывают острую необходимость в мерах финансовой помощи государства, которых сегодня относительно мало, они краткосрочны и невелики по размерам (субси-

дии кредитов малым и средним предприятиям по программе ФОТ, субсидирование найма ими молодежи, снижение оплаты за обслуживание счета и др.).

Материалы и методы

Согласно исследованиям ученых Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ) в 2021–2022 гг., большинство представителей предпринимательского корпуса (65 %) уверены, что антироссийские экономические санкции Запада не приведут к краху отечественного бизнеса «второго эшелона» [10]. Подобный оптимизм базируется не на отдельных макроэкономических ожиданиях хозяйствующих субъектов, носящих краткосрочный характер (рост спроса, импортозамещение, оживление промышленного производства в регионах РФ). Здесь за основу берется адаптация малого и среднего предпринимательства к долговременным его изменениям в рамках единой для большинства субъектов хозяйствования в санкционный период бизнес-стратегии — стратегии выживания. Последняя, как и любая другая бизнес-стратегия, невозможна без эффективного тактического инструментария.

Таким образом, в рамках проводимого нами исследования осуществлялась верификация следующих гипотез:

- решение проблемы адаптации («подстраивания») экономического поведения малого и среднего предпринимательства к социальным последствиям антироссийских санкций Запада лежит в границах стратегии выживания, ориентирующей хозяйствующие субъекты на собственные силы;
- инструментарием такой адаптации выступает определенная комбинация тактических подходов и методов, которые должны быть достаточно гибкими и способными оперативно реагировать на происходящие изменения бизнес-среды;
- свой шанс выживания в санкционный период отечественному предпринимательству «второго эшелона» следует искать во внешней бизнес-среде, смещая акценты своего поведения в сторону диверсификации хозяйственной деятельности в качественно новые сферы и рыночные ниши.

Как показали ранее проводимые нами исследования, в период пандемии 2020–2021 гг. в России основу тактического инструментария составила ориентация малых и средних предприятий на экономию и рациональное использование всех видов ресурсов [11]. Поскольку, на наш взгляд, используемые здесь подходы и методы малозатратны, просты в применении, а значит, общедоступны, то их охотно брали на вооружение этнические субъекты хозяйствования, микропредприятия, индивидуальные предприниматели и самозанятые.

В конце 2021 года проблема COVID-19 в мире в целом и в РФ в частности стала постепенно отходить на задний план, уступив место принятию целого ряда новых антироссийских экономических санкций Запада. Это обусловило появление новой парадигмы тактического инструментария — ориентации на минимизацию предпринимательских рисков и упреждение угроз внутренней и внешней хозяйственной среды, что стали практиковать не только малые предприятия, но и относительно недавно открывшиеся и тяжело адаптирующиеся к современным рыночным реалиям средние предприятия.

С началом в феврале 2022 года специальной военной операции (СВО) на Украине и активной антироссийской риторики Запада негативные последствия введенных против нашей страны санкций грозили обернуться для предпринимательства «второго эшелона» огромным материальным и финансовым ущербом. Реакцией на это явилась комплексная перестройка бизнес-процессов, требующая от российских предприятий надежной финансовой «подушки безопасности», эффективного менеджмента, научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР) и социального партнерства с органами власти на местах [12]. Представляется, что эффективно применить такой тактический инструмент по силам лишь крупным предпринимательским структурам несырьевого сектора экономики и небольшому сегменту средних предприятий, успешно прошедших за последние годы период адаптации к российским реалиям. Хозяйствующим же субъектам малого формата в лице микропредприятий, индивидуальных предпринимателей и самозанятых комплексная перестройка бизнес-процессов не по карману, поэтому им необходимо искать иные тактические подходы и методы.

Результаты и обсуждение

Перестроить бизнес-процессы указанных выше звеньев российского предпринимательства — задача времязатратная. Вначале надо выявить предприятия, которым подобная перестройка требуется в первую очередь. Для решения данного вопроса мы попросили крупных и средних предпринимателей юга Тюменской области назвать наиболее нуждающиеся в «ремонте» бизнес-процессы (таблица).

Распределение результатов ответов на вопрос «Каким бизнес-процессам, по Вашему мнению, требуется перестройка в первую очередь?»

Наименование приоритетных бизнес-процессов	Распределение наиболее нуждающихся в перестройке бизнес-процессов в порядке убывания доли респондентов (%)
Продажи онлайн	70
Маркетинг	66
Бизнес-планирование	55
Менеджмент персонала	51
Закупки товаров	48
Продажи офлайн	44
Управление клиентской базой	36
Логистика и перевозка грузов	33
Цепи поставок	27
Финансовый учет	15

После определения таких бизнес-процессов и установления очередности их осуществления согласно рангу значимости важно подобрать адекватные для этого тактические инструменты. Здесь опрошенные нами представители предпринимательского корпуса региона дружно указали на тактические инструменты, касающиеся цифровизации хозяйственной деятельности и «отвечающие» за наладку и запуск приоритетных бизнес-процессов: онлайн-продажи, маркетинг, бизнес-планирование, закупки товаров, офлайн-продажи (рис. 1).

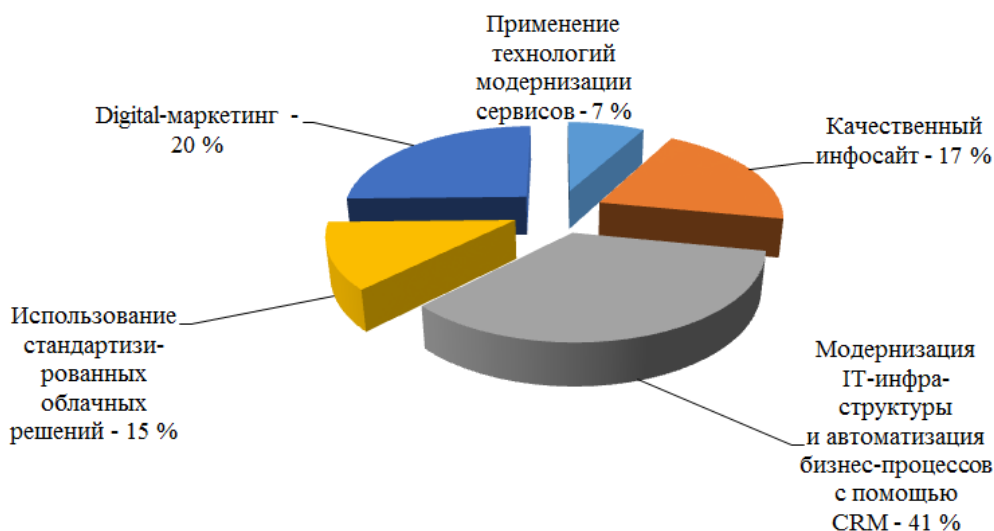


Рис. 1. *Тактические инструменты наладки и запуска приоритетных бизнес-процессов*

Адресный подбор тактических инструментов наладки и запуска приоритетных бизнес-процессов для крупных и средних предпринимательских структур открывает дорогу к конкретным мерам по внутрикорпоративной сбалансированности производственных факторов на базе системного обновления последних (улучшение качества маркетинга путем применения аналитики больших данных, оптимизация ассортимента выпускаемой продукции или оказываемых услуг, усовершенствование бизнес-модели посредством программных решений, подбор оптимальных видов и форматов торговой инфраструктуры для функционирования предприятия на региональном потребительском рынке и др.).

Возвращаясь к малым предприятиям, выскажем мнение, что свой шанс выживания в условиях экономических санкций Запада им следует искать во внешней хозяйственной среде. В качестве тактического подхода здесь выступает смещение акцентов их экономического поведения в сторону диверсификации бизнес-деятельности в качественно новые сферы и рыночные ниши. Речь идет о перспективных для отечественных малых предпринимательских структур современных сервисах, которые совсем недавно появились на российском рынке и к которым ученые прежде всего относят продажи на маркетплейсах, бизнес по франшизе, производство импортозамещающих товаров, совместное потребление, здоровый образ жизни (ЗОЖ) и заботу об экологии, осознанный шопинг, таск-менеджмент для бизнеса и т. д.

Симптоматично, что во многом это подтвердили и результаты наших исследований на юге Тюменской области (рис. 2).

Прокомментируем современные сервисы, являющиеся, по мнению представителей регионального бизнес-сообщества, наиболее перспективными для малых предпринимательских структур в период западных экономических санкций.

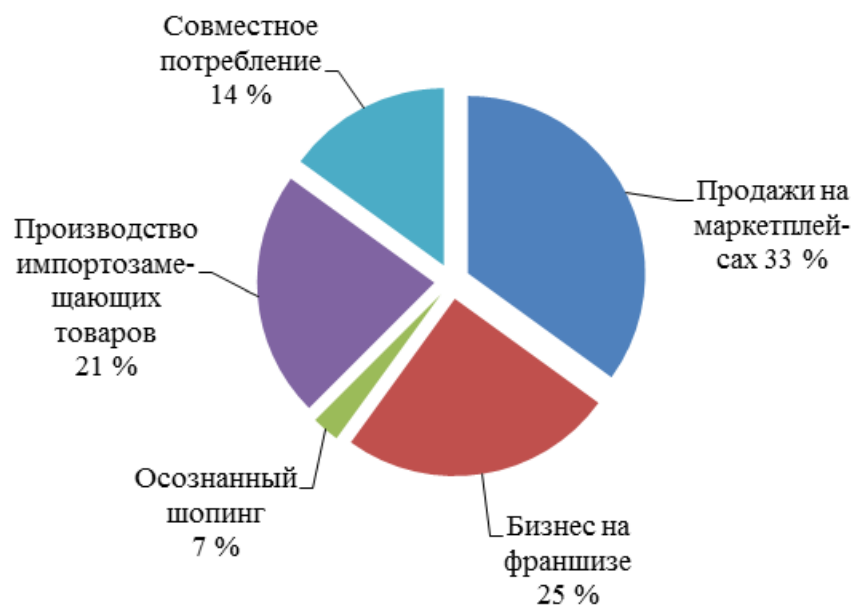


Рис. 2. Ранжирование результатов ответов субъектов малых форм хозяйствования юга Тюменской области на вопрос «По Вашему мнению, появление каких из современных сервисов на российском рынке наиболее перспективно для открытия бизнеса в условиях экономических санкций Запада?»

Продажи на маркетплейсах

Уход зарубежных брендов с российского рынка заметно ослабил конкуренцию на платформах, открыв тем самым качественно новые возможности для малых предприятий на маркетплейсах. Для хозяйствующих субъектов такого формата работа с подобными площадками финансово малозатратна и менее рискована, ибо не требует средств на аренду помещений, увеличения персонала, создания и продвижения собственного сайта.

Отметим, что маркетплейсы хороши и тем, что самостоятельно способны оценивать изменения бизнес-среды и активно поддерживать малые предпринимательские структуры в части продаж. Кроме того, маркетплейсы помогают им увеличить оборот и для многих хозяйствующих субъектов «второго эшелона» выступают основным каналом реализации.

В настоящее время на онлайн-площадках самыми востребованными являются товары повседневного спроса: продукты питания, бытовая химия, средства для уборки, товары для детей, одежда, обувь и др. На наш взгляд, предпринимательским структурам малого формата можно порекомендовать реализацию данных товаров небольшими партиями и не вкладываться в крупный опт.

Бизнес по франшизе

В санкционный период субъекты хозяйствования малого формата особо нацелены на инвестирование в надежные проекты, среди которых следует назвать франшизы дистанционных сервисов, служб доставки, детских развивающих центров, диагностических лабораторий и т. п.

Как важное преимущество франшизы отметим, что она подразумевает партнерство с устойчиво функционирующей предпринимательской структурой, обладающей следующими атрибутивными признаками:

- ресурсом для поддержки бизнес-партнера;
- адаптивностью к рискам и форс-мажорным обстоятельствам;
- продуманной логистикой;
- товарным запасом;
- привлекаемым к работе штатом профессионалов;
- широким арсеналом маркетинговых и рекламных инструментов.

Добавим, что в санкционный период правильный выбор франчайзера позволяет оптимизировать затраты и акцентировать внимание на развитии малого предприятия.

Производство импортозамещающих товаров

Россия взяла курс на импортозамещение еще в 2014 году после введения Западом в отношении нашей страны первых экономических санкций. Его темпы вплоть до начала СВО на Украине были относительно невысокими, в силу чего к концу 2021 года объемы замещающей импорт продукции в РФ едва достигли отметки 600 млрд руб. С февраля 2022 года активность импортозамещения начала стабильно повышаться, о чем свидетельствует хотя бы тот факт, что в настоящее время в стране уже запущено свыше тысячи импортозамещающих проектов. Более 50 % таких проектов, к участию в которых массово подключились хозяйствующие субъекты малого и среднего форматов, вышли на серийное производство.

Совместное потребление

По данным бизнес-кластера Российской ассоциации электронных коммуникаций (РАЭК) и ТИАР-Центра, за санкционный период объемы российской шеринг-экономики уже в 2021 году превысили 1 трлн руб., увеличившись более чем на 1/3. Что касается ее среднегодового прироста, то, по краткосрочным прогнозам экспертов, он составит 15–20 %.

Сегодня в нашей стране самыми востребованными для предпринимательства «второго эшелона» нишами шеринг-экономики являются каршеринг, продажи личных вещей и сдача их в аренду, фриланс-биржи, сервисы по поиску попутчиков, которые вместе составляют порядка 97,5 % рынка совместного потребления.

На наш взгляд, новой нишей для отечественных субъектов малых и средних форм хозяйствования на рынке недвижимости становится развитие шеринг-сервисов по поиску жилья в аренду, особенно после ухода из России Booking и Airbnb в 2022 году.

Нельзя недооценивать и фудшеринг, «отвечающий» за перераспределение продуктов питания с истекающим сроком годности и приносящий обществу ощутимую экологическую и социальную пользу. В санкционный период он однозначно может стать перспективной нишей российской шеринговой экономики для предпринимательства «второго эшелона». Неслучайно российское бизнес-сообщество продолжает вести диалог с правительством нашей страны о возможности предоставления льгот компаниям-донорам фудшеринга в части НДС [13].

Осознанный шопинг

В основе этого современного сервиса лежит грамотная купля-продажа товаров, а также стремление минимизировать вред окружающей среде. Осознанный шопинг выражается в отказе от одноразовых товаров, рациональном и прагматичном отношении к покупкам, в поощрении вторичной переработки и т. п.

Для большинства россиян в период экономических санкций Запада и СВО на Украине покупать, как раньше, много разных вещей и через короткое время отказываться от потребления многих из них становится весьма накладно. Поэтому люди дают шанс своим вещам «начать новую жизнь» и сдают их в секонд-хенды или, наоборот, ищут возможность купить в них нужную вещь дешевле, активно пользуясь скидками.

Так называемый осознанный шопинг, возникающий на базе желания россиян сэкономить, обуславливает увеличение удельного веса «жестких» дискаунтеров типа «FixPrice» или «Чижик» и привлечение к ним внимания предпринимателей малого и среднего форматов. Это неудивительно, если учесть, например, что только за 2021 год продажи магазинов «Чижик» увеличились в 59 раз и достигли 2,9 млрд руб., а чистая выручка составила 1,9 млрд руб. Согласно имеющимся прогнозам, к 2024 году сеть «жестких» дискаунтеров вырастет до 3 тысяч, а около 60 % их ассортимента составят товары под собственной торговой маркой [14].

Выводы

Подводя некоторые итоги анализа специфики применения тактических подходов, методов и инструментов, корректирующих поведение хозяйствующих субъектов «второго эшелона» в санкционный период, отметим следующее. В отечественных средствах массовой информации (СМИ) часто приводится в абсолютном выражении сумма финансовой поддержки со стороны государства малых и средних предприятий, которая своими размерами может произвести впечатление. Так, благодаря мерам Правительства РФ по повышению устойчивости экономики и поддержке граждан в условиях санкций только в 2022 году им (особенно инновационным предприятиям) в рамках запущенной Центральным банком (ЦБ) России программы было выдано 11 тысяч льготных кредитов на 130 млрд руб. и более 2,5 тысяч кредитов реструктурированы на 190 млрд руб.; в рамках инвестиционной программы кредитования, реализуемой совместно ЦБ России и Корпорацией малого и среднего предпринимательства, выдано 66 млрд руб. и в рамках программы кредитования под «зонтичные» поручительства выдано 5 тысяч кредитов на 50 млрд руб. Вместе с тем в настоящее время общее число хозяйствующих субъектов «второго эшелона» в стране, по данным Единого реестра субъектов среднего и малого бизнеса, составляет примерно 3,4 млн. Получается, что в расчете на одну предпринимательскую структуру суммы финансовой поддержки со стороны государства крайне малы, да и не факт, что все они дойдут до своего адресата. Это, на наш взгляд, лишний раз подтверждает правильность выбора российскими предприятиями малого и среднего форматов предпринимательской стратегии, ориентированной на собственные силы, и тактического инструментария для ее реализации.

Список источников

- [1] Политика санкций : цели, стратегии, инструменты : хрестоматия / Российский совет по международным делам (РСМД) ; Составители И. Н. Тимофеев, В. А. Морозов, Ю. С. Тимофеева – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : НП РСМД, 2020. – 452 с.
- [2] Копытина, О. Что такое эмбарго : от захвата судов до экономических санкций / О. Копытина. – Текст : электронный // РБК : сайт. – 2022. – 27 мар. – URL: <https://quote.rbc.ru/news/article/623dc9fa9a794773a713e77a>.
- [3] Economic Sanctions Reconsidered / G. C. Hufbauer, J. J. Schott, K. A. Elliott, B. Oegg. – 3rd edition. – Washington : Peterson Institute for International Economics, 2007. – 233 p. – Direct text.
- [4] Кувшинова, О. Как предприятия Ирана адаптировались к санкциям / О. Кувшинова. – Текст : электронный // ЭКОНС : сайт. – 2022. – 21 нояб. – URL: <https://econs.online/articles/ekonomika/kak-predpriyatiya-irana-adaptirovalis-k-sanktsiyam/>
- [5] Mulder, N. The Economic Weapon : The Rise of Sanctions As A Tool Of Modern War / N. Mulder. – New Haven : Yale University Press, 2022. – 448 p. – Direct text.
- [6] Симонов, С. Г. Влияние международных экономических санкций на отечественный малый и средний бизнес / С. Г. Симонов. – Текст : непосредственный // Актуальные вопросы устойчивого развития регионов, отраслей, предприятий : Материалы международной научно-практической конференции, Тюмень, 23 декабря 2022 г. – Тюмень : ТИУ, 2022. – С. 99–107.
- [7] Яковенко, Д. ФОМ оценил влияние санкций на малый бизнес в России / Д. Яковенко. – Текст : электронный // Forbes : сайт. – 2022. – 29 июн. – URL: <https://www.forbes.ru/biznes/469979-fom-ocenil-vlianie-sankcij-na-malyj-biznes-v-rossii>.
- [8] ФОМ оценил негативное влияние санкций на российских предпринимателей. – Текст : электронный // Ведомости : сайт. – 2022. – 29 июн. – URL: <https://www.vedomosti.ru/business/news/2022/06/29/929020-fom-otsenil-negativnoe-vliyanie-sanktsii>.
- [9] Горбунова, М. Все санкции против РФ 2022–2023 : какие страны ввели, полный список, ответные меры / М. Горбунова. – Текст : электронный // Путешествуй.Сом : сайт. – 2023. – 02 янв. – URL: <https://www.puteshestvuy.com/sankcii-protiv-rf/>
- [10] Названо число пострадавших от санкций российских предпринимателей. – Текст : электронный // Lenta.ru : сайт. – 2022. – 29 июн. – URL: https://lenta.ru/news/2022/06/29/suffer/?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop.
- [11] Симонов, С. Г. Этнический бизнес : адаптация к современным российским реалиям // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика / С. Г. Симонов. – DOI 10.31660/1993-1824-2022-1-96-1112022. – Текст : непосредственный. – 2022. – № 1. – С. 96–111.
- [12] Симонов, С. Г. Средний и малый бизнес в условиях первой волны пандемии коронавируса : потери и сценарии их преодоления / С. Г. Симонов, М. А. Хаматханова, М. А. Амирова. – Текст : непосредственный // Финансовая экономика. – 2021. – № 3. – С. 83–90.

- [13] Павлова, А. Экономика совместного потребления показала устойчивость даже в пандемию / А. Павлова. – Текст : электронный // RG.ru : сайт. – 2021. – 16 дек. – URL: <https://rg.ru/2021/12/16/ekonomika-sovmestnogo-potrebleniia-pokazala-ustojchi-vost-dazhe-v-pandemiiu.html>.
- [14] Левинская, А. Владелец впервые раскрыл показатели сети «жестких дискаунтеров» «Чижик» / А. Левинская. – Текст : электронный // РБК : сайт. – 2022. – 21 янв. – URL: <https://www.rbc.ru/business/21/01/2022/61ea61409a794763ce8905d4>.

References

- [1] Timofeev, I. N., Morozov, V. A., & Timofeeva, Yu. S. (Eds) (2020). *Politika sanktsiy: tseli, strategii, instrumenty*. 2nd edition, revised and expanded. Moscow, NP INF Publ., 452 p. (In Russian).
- [2] Копытина, О. (2022). Chto takoe embargo: ot zakhvata sudov do ekonomicheskikh sanktsiy. (In Russian). Available at: <https://quote.rbc.ru/news/article/623dc9fa9a794773a713e77a>
- [3] Hufbauer, G. C., Schott, J. J., Elliott, K. A., & Oegg, B. (2007). *Economic Sanctions Reconsidered*. 3rd edition. Washington, Peterson Institute for International Economics, 233 p. (In English).
- [4] Kuvshinova, O. (2022). Kak predpriyatiya Irana adaptirovalis' k sanktsiyam. (In Russian). Available at: <https://econs.online/articles/ekonomika/kak-predpriyatiya-irana-adaptirovalis-k-sanktsiyam/>
- [5] Mulder, N. (2022). *The Economic Weapon: The Rise of Sanctions As A Tool Of Modern War*. New Haven, Yale University Press, 448 p. (In English).
- [6] Simonov, S. G. (2022). Vliyanie mezhdunarodnykh ekonomicheskikh sanktsiy na otechestvennyy malyy i sredniy biznes. Aktual'nye voprosy ustoychivogo razvitiya regionov, otrasley, predpriyatiy: Materialy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. Tyumen, TIU Publ., pp. 99-107. (In Russian).
- [7] Yakovenko, D. (2022). FOM otsenil vliyanie sanktsiy na malyy biznes v Rossii. (In Russian). Available at: <https://www.forbes.ru/biznes/469979-fom-ocenil-vlianie-sankcij-na-malyj-biznes-v-rossii>
- [8] FOM otsenil negativnoe vliyanie sanktsiy na rossiyskikh predprinimateley (2022). (In Russian). Available at: <https://www.vedomosti.ru/business/news/2022/06/29/929020-fom-otsenil-negativnoe-vliyanie-sanktsii>
- [9] Gorbunova, M. (2023). Vse sanktsii protiv RF 2022-2023: kakie strany vveli, polnyy spisok, otvetnye mery. (In Russian). Available at: <https://www.puteshestvuy.com/sankcii-protiv-rf/>
- [10] Nazvano chislo postradavshikh ot sanktsiy rossiyskikh predprinimateley (2022). (In Russian). Available at: https://lenta.ru/news/2022/06/29/suffer/?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop

- [11] Simonov, S. G. (2022). Ethnic business: adaptation to modern Russian realities. Proceedings from Higher Educational Institutions. Sociology. Economics. Politics, (1), pp. 96-111. (In Russian). DOI: 10.31660/1993-1824-2022-1-96-1112022
- [12] Simonov, S. G., Hamathanova, M. A., & Amirova, M. A. (2021). Medium and small business in the conditions of the first wave of the coronavirus pandemic: losses and scenarios of their overcoming. Financial Economics, (3), p. 83-90. (In Russian).
- [13] Pavlova, A. (2021). Ekonomika sovместnogo potrebleniya pokazala ustoychivost' dazhe v pandemiyu. (In Russian). Available at: <https://rg.ru/2021/12/16/ekonomika-sovmestnogo-potrebleniia-pokazala-ustojchivost-dazhe-v-pandemiiu.html>
- [14] Levinskaya, A. (2022). Vladelets pervyye raskryl pokazateli seti "zhestkikh diskoun-terov" "Chizhik". (In Russian). Available at: <https://www.rbc.ru/business/21/01/2022/61ea61409a794763ce8905d4>

Информация об авторах / Information about the authors

Симонов Сергей Геннадьевич, доктор социологических наук, кандидат экономических наук, профессор кафедры экономики и организации производства, Тюменский индустриальный университет, г. Тюмень, v.simonova.67@mail.ru

Sergey G. Simonov, Doctor of Sociology, Candidate of Economics, Professor at the Department of Economics and Organization of Production, Industrial University of Tyumen, v.simonova.67@mail.ru

Хаматханова Макка Алаудиновна, кандидат социологических наук, доцент кафедры экономики и организации производства, Тюменский индустриальный университет, г. Тюмень

Makka A. Khamatkhanova, Candidate of Sociology, Associate Professor at the Department of Economics and Organization of Production, Industrial University of Tyumen

Статья поступила в редакцию 30.03.2023; одобрена после рецензирования 10.05.2023; принята к публикации 17.05.2023.

The article was submitted 30.03.2023; approved after reviewing 10.05.2023; accepted for publication 17.05.2023.