

Список источников

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) [Электронный ресурс] : 1 июля 1998 г., № 146-ФЗ : в ред. Федер. закона от 28 декабря 2022 г. // КонсультантПлюс.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) [Электронный ресурс] : 19 июля 2000 г., № 118-ФЗ : в ред. Федер. закона от 29 декабря 2022 г. // КонсультантПлюс.
3. О налоге на сверхприбыль [Электронный ресурс] : Федеральный закон Российской Федерации : 4 августа 2023 г. : № 414-ФЗ // КонсультантПлюс.
4. О внесении изменений в часть первую и статью 270 части второй Налогового кодекса Российской Федерации [Электронный ресурс] : Федеральный закон Российской Федерации : 4 августа 2023 г. : №415-ФЗ // КонсультантПлюс.
5. Синельников-Мурылев, С. Г. Налоговая политика в условиях санкций / С. Г. Синельников-Мурылев, Н. С. Милоголов, С. Г. Белев // Экономическое развитие России. – 2022. – № 9. – С. 42–50.
6. Скороходова, Л. А. Налоговая политика Российской Федерации в период пандемии COVID-19 / Л. А. Скороходова, Н. С. Михайлова // Управленческий учет. – 2020. – № 4. – С. 49–52.

Е.А. Трубина, студент

*Научный руководитель – О.С. Пустошинская, кандидат политических наук,
доцент
ТюмГУ (Тюмень)*

ВЛИЯНИЕ САНКЦИЙ НА РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ОБЛАСТИ ОДЕЖДЫ В РОССИИ

После введения многочисленных санкций в отношении Российской Федерации многие мировые бренды прекратили сотрудничество с государством. Одни компании, производящие одежду, только приостановили свою работу, другие же окончательно разорвали связи. Люди стали обращать больше внимания на отечественных производителей. В данной статье мы рассмотрим последствия введения санкций на российские бренды одежды и аксессуаров, взаимодействие этих компаний с государством.

В 2022 г. испанский ретейлер одежды и обуви «Inditex Group» приостановил работу розничных магазинов и онлайн-продажи в России. Речь идет о таких брендах, как «Zara», «Pull&Bear», «Massimo Dutti», «Bershka» и др. Японский производитель одежды «Uniqlo» также закрыл все точки продаж. В этой связи чаще стали появляться товары из стран СНГ, открылись как физические

магазины в больших торговых центрах, так и онлайн-магазины локальных дизайнеров. Товары последних можно часто наблюдать в магазинах «Familia». Полки магазина все чаще стали пополнять российские, а не зарубежные, бренды одежды, что уже говорит о сменившемся курсе местных магазинов. Крупный игрок – это «Melon Fashion Group», в ее состав входят «Sela», «Befree», «Love Republic» и др. Стоит также отметить, что среди молодежи все больше стало популяризоваться профессия дизайнера. Многие молодые ребята, имеющие средний и малый бизнес, создают собственную индустрию моды, активно используя для этих целей социальные сети и онлайн-площадки. Набравшись опыта во времена пандемии, они стали более приспособленными к изменениям в мире. Несмотря на свой небольшой опыт, на момент 2022 г. они сумели занять примерно 15 % от общего объема рынка [1, с. 527–528].

Необходимо рассмотреть взаимодействие государства и предпринимателей, так как зачастую именно государство может дать начальный толчок для развития бизнеса. Например, в 2022 г. в рамках «кредитных каникул для МСП» малому и среднему бизнесу разрешили взять отсрочку по возврату кредита или уменьшить размер платежей в течение льготного периода. Однако эта программа действовала до марта 2023 г. и распространялась только на тех, кто заключил договор займа до 1 марта 2022 г. В 2023 г. также ввели государственную поддержку в виде грантов для МСП. Основатели, владеющие минимум 50 % долей, ставшие индивидуальными предпринимателями в возрасте от 14 до 25 лет включительно, могут получить грант в размере 100–500 тыс. рублей. Грант можно потратить на реализацию бизнес-проекта, в том числе на аренду и ремонт помещения, приобретение программного обеспечения, оргтехники, оборудования, если проект предполагает создание небольшого производства, оплату первых взносов по договорам лизинга, услуг связи. Стоит также упомянуть центр поддержки предпринимательства «Мой бизнес». Он направлен на создание благоприятных условий для осуществления деятельности самозанятыми гражданами, создание условий для легкого старта и комфортного ведения бизнеса, ускоренное развитие субъектов МСП, создание цифровой платформы с механизмом адресного подбора и возможностью дистанционного получения мер поддержки субъектами МСП и самозанятыми гражданами. Существует также цифровая платформа МСП, на ней предприниматели могут получать всю необходимую информацию для ведения и поддержки бизнеса [3].

Однако предприниматели, развивающие отечественную сферу одежды и обуви, сталкиваются с проблемами. Основная из них – это дороговизна материалов и производства. Во многом из-за санкций стало сложнее доставлять и закупать необходимые для производства материалы. Начинается все с логистики, из-за недостающих частей грузовых автомобилей, ранее

поставляемых из-за рубежа, доставка необходимого стала дорогостоящей и более длительной. Из-за ухода большого количества западных брендов и неготовности к этому российских брендов мы можем столкнуться с проблемой отсутствия конкуренции на рынке. Необходимо упомянуть и проблему кадров. Начиная с периода пандемии и заканчивая массовым закрытием производств предприниматели сталкиваются с дефицитом специалистов узкого профиля [2, с. 120–127].

Благодаря уходу зарубежных магазинов российские бренды станут набирать большую популярность во многом благодаря развитию торговли онлайн в различных маркетплейсах. Это отличная возможность не только для локальных дизайнеров, но и для развития отечественного масс-маркета.

Список источников

1. Лернер, С. В. Развитие сегмента молодежных брендов одежды на российском рынке в связи с иностранными санкциями, введенными в 2022 г. / С. В. Лернер // Скиф. – 2023. – № 5 (81). – С. 526–529.

2. Федотов, А. Н. Влияние политики импортозамещения на деятельность отечественного сетевого ритейла: новые реалии / А. Н. Федотов // Baikal Research Journal. – 2023. – № 1. – С. 117–129.

3. Харатьян, Д. Поддержка малого бизнеса в 2023 г.: что можно получить и на каких условиях [Электронный ресурс] / Д. Харатьян // Журнал Эвотора Жиза. – Режим доступа: <https://zhiza.evotor.ru/podderzhka-malogo-biznesa-v-2023-godu-chto-mozhno-poluchit-i-na-kakix-usloviyax/>. – Дата доступа: 10.11.2023.

*Zhang Feilong, PhD student
Scientific supervisor – V.S. Fateyev, Doctor of Economic Sciences, Professor
BSEU (Minsk)*

REGIONAL DIFFERENCES IN CHINA'S INTERNATIONAL TRADE RISKS UNDER THE BACKGROUND OF U.S. SANCTIONS

China's international trade has been significantly influenced by the ongoing trade dispute with the United States. The imposition of U.S. sanctions and trade tariffs has created regional differences within China, impacting various sectors and provinces differently. This article aims to analyze the regional differences in China's international trade risks under the background of U.S. sanctions and their potential consequences.

Since 2018, the United States has imposed a series of economic sanctions on China, which have impacted various sectors and industries. These measures