

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт торговли и сферы услуг

Кафедра торгового дела и маркетинга

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ Ю.Ю. Сулова
« _____ » _____ 2023 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.06 «Торговое дело» 38.03.06.01 «Коммерция»

Политика импортозамещения в формировании стратегии
коммерческой деятельности

Руководитель	_____	<u>доцент, канд. экон. наук</u>	<u>О.Н. Есина</u>
	подпись, дата	должность, ученая степень	инициалы, фамилия
Выпускник	_____	<u>ЭУ19-03БК</u>	<u>Н.К. Жежель</u>
	подпись, дата	группа	инициалы, фамилия
Нормоконтролер	_____	<u>профессор, д-р экон. наук</u>	<u>Ю.Ю. Сулова</u>
	подпись, дата	должность, ученая степень	инициалы, фамилия

Красноярск 2023

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА СТРАТЕГИЮ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ	5
1.1 Понятие импортозамещения и его историческое развитие	5
1.2 Факторы, стимулирующие предприятие реализовывать стратегию импортозамещения.....	13
1.3 Основные методы, инструменты и механизмы реализации политики импортозамещения.....	17
2 ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ НА СТРАТЕГИЮ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.....	24
2.1 Преимущества, недостатки и влияние процесса импортозамещения на бизнес-процессы предприятия торговли	24
2.2 Разработка методики и стратегии импортозамещения на предприятии торговли	29
2.3 Оценка эффективности импортозамещения на предприятии торговли .	36
3 ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ТОРГОВЛИ НА ОСНОВЕ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ.....	41
3.1 Краткая характеристика предприятия торговли ООО НПП «Микрос» .	41
3.2 Выбор тактических направлений развития предприятия торговли с учетом импортозамещения	45
3.3 Разработка мероприятий по реализации импортозамещения на предприятии ООО НПП «Микрос» и оценка их эффективности	52
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	56
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	60
ПРИЛОЖЕНИЕ А	64
ПРИЛОЖЕНИЕ Б.....	66

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире экономические отношения между государствами становятся все более сложными и многообразными. Мировая экономика становится все более взаимозависимой, и страны все больше интегрируются в мировую систему торговли. В этом контексте одной из ключевых задач любого государства является обеспечение стабильного развития национальной экономики и достижение конкурентоспособности на международном рынке. В последние годы, в связи с изменением мировой экономической обстановки и внешнеполитических условий, на передний план выходит вопрос об импортозамещении и его роли в формировании стратегии коммерческой деятельности торгового предприятия.

Усложнение политических и внешнеэкономических взаимоотношений государств оказывает существенное влияние на функционирование и стратегию коммерческой деятельности предприятий торговли. Одним из наиболее рациональных подходов ведения деятельности и развития для предприятий становится разработка и реализация политики импортозамещения.

Тема данной работы является актуальной и значимой как с точки зрения аспектов развития отечественной экономики, так и для конкретного торгового предприятия, чья успешность определяется его способностью адаптироваться к меняющимся условиям рынка и выстраивать эффективную стратегию в рамках реализации национальной экономической политики.

Целью данной дипломной работы является исследование концепции импортозамещения и анализ ее влияния на формирование стратегии коммерческой деятельности торгового предприятия. Для достижения этой цели необходимо решить следующие задачи:

1. Изучить теоретические основы и сущность импортозамещения, его цели и инструменты реализации.

2. Рассмотреть основные преимущества и недостатки перехода на отечественных производителей, а также факторы, стимулирующие предприятия реализовывать стратегию импортозамещения
3. Изучить специфику формирования стратегии и оценки эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия в условиях импортозамещения.
4. Разработать стратегию и рекомендации для предприятия ООО НПП «Микрос» для реализации политики импортозамещения

Объектом исследования данной дипломной работы является процесс импортозамещения на предприятии торговли. Предметом исследования выступает деятельность предприятия ООО НПП «Микрос».

Методологической основой исследования являются общенаучные и специальные методы анализа и сравнения, структурно-функциональный подход, экономико-математическое моделирование, а также методы экономического анализа и прогнозирования.

Теоретическая значимость работы заключается в систематизации и обобщении знаний о проблеме импортозамещения и его влиянии на формирование стратегии коммерческой деятельности торгового предприятия.

Практическая значимость работы состоит в разработке рекомендаций для торговых предприятий по адаптации к условиям импортозамещения и использованию его возможностей для повышения конкурентоспособности на рынке.

Общий объем выпускной квалификационной работы 66 страниц. В выпускной квалификационной работе представлено 11 рисунков и 10 таблиц. Список литературы в работе включает 37 источников.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА СТРАТЕГИЮ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ

1.1 Понятие импортозамещения и его историческое развитие

Импортозамещение является экономической стратегией, направленной на замещение импортных товаров и услуг собственным производством или использование отечественных альтернатив. Целью данной стратегии является снижение зависимости национальной экономики от внешнего сектора, стимулирование внутреннего производства, создание новых рабочих мест, укрепление технологической базы и повышение конкурентоспособности национальных товаропроизводителей.

Концепция импортозамещения берет свое начало в период после Второй мировой войны. Это время характеризуется разрушением промышленности и инфра многих стран, что требовало восстановления национальных экономик. В связи с этим, государства начали наращивать свое производство, чтобы снизить зависимость от импорта и улучшить свое экономическое положение. Около 1950-х годов, стратегия импортозамещения стала доминирующим подходом к экономическому развитию во многих развивающихся странах, особенно в Латинской Америке, Африке и частично в Азии. Правительства регулировали торговлю и инвестиции, вводили таможенные барьеры, квоты и дотации для поддержки национального производства и снижения импорта. Однако к 1980-м годам, такой подход стал давать обратный эффект, приводя к долговому кризису, инфляции и низким темпам роста экономики.

В 1990-е годы, в связи с глобализацией и ростом международной торговли, стратегия импортозамещения ушла на второй план. Вместо нее стали активно применяться политики экспортной ориентации и либерализации внешней торговли. Эти новые подходы предполагали открытие границ для иностранных инвестиций, снижение тарифов и квот, а также стимулирование национальных производителей к участию в международной

конкуренции. Такие страны, как Китай, Индия и Южная Корея, успешно использовали данный подход для достижения высоких темпов экономического роста.

Однако, начиная с 2000-х годов, стратегия импортозамещения вновь стала актуальной в связи с рядом мировых кризисов, изменениями в геополитической ситуации и необходимостью обеспечения национальной безопасности. В частности, страны с развитыми и развивающимися экономиками стали активно применять меры импортозамещения в таких отраслях, как энергетика, сельское хозяйство, оборонная промышленность и высокотехнологичные сектора.

Впервые понятие «импортозамещение» возникло в Организации Объединенных Наций (ООН) в 1960-е гг. для обозначения имеющихся проблем в бывших колониях с монокультурной экономикой. В этих странах практически все необходимые для хозяйственной и экономической деятельности товары импортировались.

Однако еще в XIX веке немецкий ученый Фридрих Лист уделял особое внимание взаимосвязи между экономическим ростом государства и необходимостью создания внутренней производственной базы для полноценного обеспечения нужд собственного рынка. Согласно его утверждениям, экономика отдельных стран развивается по своим законам, и потому у каждого государства имеется особенная «национальная экономия», задача которой заключается в создании наиболее благоприятных условий для развития производительных сил в данной стране [11].

Процесс импортозамещения рассматривается во многих исследованиях, где было сформировано основное его понятие. В зависимости от уровня глобальности рассматриваемой темы определение импортозамещения варьируется. На мировом уровне рассмотрения вопроса, более полно даны определения таких авторов, как В.А. Семькин [28], Т.А. Агапова [9], О.В. Старовойтова [30], А.В. Данилов-Данильян [16], Е.Е. Румянцева [27], П.А. Кадочников [21].

На национальном уровне, более конкретные определения были сформулированы такими исследователями как Е.Н. Назарчук [26], Н.А. Сучкова [31], Е.В. Волкодавова [15], А.Н. Макаров [24], Д.А. Смирнов [29]. Е.Г. Анимица, П.Е. Анимица, А.А. Глумов [10].

Однако, также присутствуют более универсальные определения, которые можно применить не только к государственной политике, но и к политике коммерческой деятельности предприятий торговли, с небольшими уточнениями [13-18].

В исследованиях зарубежных экономистов термин «импортозамещение» рассматривается в контексте создания и развития промышленности. Основываясь на исследованиях профессора экономики Гарвардского университета Альберта Хиршмана, Стефан Нойман постулирует, что предпосылками данного типа индустриализации являются неустойчивость платежного баланса, войны, рост внутреннего рынка и специальная политика, направленная на развитие. Нойман С. видит такую индустриализацию как «внутриориентированную государственную стратегию экономического развития».

Франклин Ману в статье «Замещение импорта или поддержка экспорта: вечная дилемма для развивающихся стран?» противопоставляет замещение импорта как «естественный» процесс и как объект государственной политики. Естественное замещение импорта, по его словам, имеет место тогда, когда «товары, которые ранее импортировались из-за того, что внутренний спрос был слишком мал, чтобы обеспечить конкурентоспособное производство внутри страны, постепенно заменяются или дополняются товарами местного производства».

Многие исследователи разделяют мнение, что импортозамещение является особым типом экономической стратегии и промышленной политики государства, направленным на защиту национального производителя путем замещения импортируемой промышленной продукции товарами отечественного производства.

Анализ и систематизация различных точек зрения современных российских авторов позволяют выделить несколько основных научных подходов к трактовке экономического понятия «импортозамещение».

Таблица 1 - Систематизация подходов к определению понятия «импортозамещение» в работах российских ученых

Авторы	Определение импортозамещения
Анимица Е.Г., Анимица П.Е., Глумов А.А.	Импортозамещение – абсолютное или относительное сокращение ввоза из-за рубежа в страну или регион определенного товара с обязательной организацией его производства (или аналогичного конкурентоспособного продукта) на своей территории для достижения намеченных целей
Березинская О.Б., Ведев А.Л.	Импортозамещение – процесс последовательного вытеснения импортных сырья, материалов, покупных изделий на более низкие производственные уровни
Бодрунов С.Д.	Импортозамещение – это снижение доли импортируемой продукции на внутреннем рынке (не тотальное снижение, а снижение рисков в сферах экономической и оборонной безопасности, доступности передовых технологий, продовольственной и товарной зависимости).
Васильева Л.В.	Импортозамещение – это направление экономической (промышленной) политики государства, нацеленное на рациональное замещение импортных товаров отечественными на внутреннем рынке в процессе поэтапных структурных преобразований экономики, развитие несырьевых экспортоориентированных высокотехнологичных отраслей промышленности, повышение конкурентоспособности продукции на внешнем рынке и позволяющее увеличить долю продукции страны в глобальных цепочках добавленной стоимости, оптимизировать экспортно-импортный профиль
Волкодавова Е.В.	Импортозамещение – система мер, обеспечивающая достижение намеченных предприятием целей по объемам и структуре импортозамещения для повышения эффективности его деятельности
Елецкий Н.Д.	Импортозамещение – уменьшение или прекращение импорта определенного товара посредством производства, выпуска в стране того же или аналогичных товаров
Ершов А.Ю.	Под импортозамещением следует понимать, прежде всего, увеличение производства отечественной продукции при снижении потребления импортных товаров (только для товаров, по которым такое замещение возможно и экономически целесообразно). Следовательно, импортозамещающая продукция – это продукция отечественных товаропроизводителей, вытесняющая с рынка импортный аналог в силу своих более привлекательных потребительских свойств.
Жиронкин С.А., Колотов К.А.	Неоиндустриальное импортозамещение в российской экономике - политика государства, направленная на восстановление конкурентоспособной обрабатывающей промышленности и инновационное развитие базовых отраслей.
Зайцев Д.Н.	Под импортозамещением можно понимать относительное уменьшение или прекращение ввоза в страну определенного товара в связи с организацией производства того же или аналогичного товара на месте.

Окончание таблицы 1

Кадочников П.А.	Импортозамещение – увеличение производства и внутреннего потребления отечественных товаров при снижении потребления импортных товаров (в физическом выражении).
Назарчук Е.Н.	Импортозамещение – увеличение производства отечественной продукции при снижении потребления импортных товаров (только для товаров, по которым такое замещение возможно и экономически целесообразно). Импортозамещаемый элемент – часть изделия либо услуга импортного производства, которые можно заменить отечественным аналогом.
Семыкин В.А., Сафронов В.В., Терехов В.П.	Импортозамещение – процесс оптимизации структуры экономики страны и региона путем создания дополнительных производств и отраслей, способных заменять импорт, позволяющих делать экономику независимой от внешних рисков, внешнеэкономических связей, внешних сговоров монополий и группировок стран, способных наносить ущерб странам-импортерам путем подрыва их стабильности и устойчивости, удорожания поставок комплектующих товаров, сырья, продовольствия.
Смирнов Д.А.	Импортозамещение – политика государства или отдельных институтов, направленная на замещение в закупках высокотехнологичной продукции зарубежного производства отечественными аналогами путем стимулирования локализации производства и трансфера технологий
Фальцман В.К.	Импортозамещение – естественный процесс развития и экономического роста, модернизации, преодоления накопленного научно-технического отставания и повышения конкурентоспособности отечественной продукции

Так, ряд экономистов подчеркивает, что импортозамещение представляет собой разновидность экономической политики, требующей активного вмешательства со стороны государства. Другие авторы считают, что это естественный процесс, вызванный формированием потребности в реализации импортозамещения на фоне определенным образом сложившихся рыночных условий.

Основным аспектом деятельности предприятия, на который направлено влияние импортозамещения является формирование ассортимента компании.

Проблемы ассортиментного формирования были рассмотрены в работах В.И. Дарбиян [18], П. Лисовский [19], в данных исследованиях также сформулированы основные понятия содержания процессов.

Во многих работах авторов (Балакирев С. [20], Дарбиян В.И. [18]) формирование ассортимента определяется как процесс выбора групп, видов и разновидностей товаров в соответствии с классификацией товаров и потребительскими свойствами.

Ассортимент торгового предприятия делится на группы - категории, каждая из которых включает товары и услуги, удовлетворяющие взаимосвязанные потребности покупателя [21].

Авторы выделяют ряд положительных моментов внедрения категорийного менеджмента, связанных с планированием ассортимента, оптимизацией организационной структуры компании, конкретным описанием и усилением бизнес-процессов, повышением уровня ответственности сотрудников, повышением удовлетворенности клиентов, увеличением прибыльности продаж, разрешением конфликтов между ритейлерами и поставщиками.

Разработке подходов к изучению ассортимента розничных компаний посвящены работы ряда современных зарубежных исследователей. Мэтт Карвис [22] в своей работе "Стратегии оптимизации планирования ассортимента" предлагает четыре основных направления:

- определение рационализации SKU в рамках компетентного или формирование глубины и широты ассортимента;
- кластеризация с локализацией видов
- широкая вариативность прогноза ассортимента в зависимости от направления
- синхронизация ассортиментного и финансового планов компании.

Представители Гарвардской школы бизнеса Феррейра Крис Джонсон и Джоэл Гох [23] отмечают необходимость ротации ассортимента и важность сокращения.

Директор Best Practices Балан М. [24] развивает положения категорийного менеджмента и в своей работе "Теория и практика оптимизации ассортимента и пространства" указывает на необходимость учитывать жизненный цикл как ритейлера, так и товара в практике формирования ассортимента.

Ряд зарубежных ученых разрабатывают концепции экономико-математического моделирования ассортимента. Так, Гурхан Кек и Маршал Л.

Фишер [25, 29] в своей работе "Оценка спроса и оптимизация ассортимента в условиях замещения: методология и практика" разрабатывают рекомендации по моделированию ассортимента и предлагают определенный алгоритм действий, основанный на обобщении и развитии математических подходов.

Youngjin Bahng, F. Trevor Rogers и Doris H. Kinsade [26] предлагают многомерные подходы для планирования ассортимента на основе информации потребителей (розничных покупателей, розничных магазинов, производственных компаний) и определяют взаимосвязь между переменными розничных операций:

- Розничные операции (процесс управления, качество персонала, методы мерчандайзинга);
- успешность планирования ассортимента;
- результатами деятельности компании (доля рынка, конкурентная позиция, качество продукции, качество обслуживания и т.д.).

Rooderkerk R.P., Heerde H.J., Vijmolt [27] в своей статье "Retail Assortment Optimisation" развивают моделирование ассортимента, в частности, разрабатывают и внедряют масштабируемый метод оптимизации ассортимента, который позволяет использовать теоретически обоснованные модели замещения и оптимизировать многопозиционный ассортимент на уровне розничной торговли. По их мнению, основными атрибутами улавливания предпочтений покупателей являются эффект замещения и эффект кросс-мерчандайзинга. Авторы указывают на необходимость перехода от минимизации большого множества к минимизации параметров при моделировании ассортимента.

Российские ученые О.В. Прошкина и О.И. Ефремова [28] в своей работе "Методология ассортиментной политики компании" разрабатывают вопросы изучения детерминант в ассортиментной политике с точки зрения маркетинга.

Таким образом, в практике исследования ассортимента розничной торговли сложились три основных подхода: товароведный, маркетинг и категорийный менеджмент.

В ходе изучения теоретического и методического материала мы определили, что отличительной особенностью существующих подходов к формированию ассортимента являются их ориентиры. В ходе исследования определено, что представленные подходы в незначительной степени ориентированы непосредственно на обеспечение расчетной рентабельности продаж, достаточной для покрытия текущих затрат и тем самым недостаточно формируют экономическую эффективность деятельности розничной компании. Исходя из этого, считаем целесообразным экономико-управленческий подход к ассортиментной политике розничной компании, основанный на рентабельности и стабильности продаж по категориям, т.е. на экономическом законе равновесия спроса и предложения [30].

Многие розничные структуры формируют ассортимент реализуемой продукции чисто интуитивно. Однако сегодня существуют специальные методы, позволяющие оценить отдельные артикулы и группы артикулов в целом с точки зрения объема продаж и рентабельности продаж, основными из которых являются ABC-анализ и XYZ-анализ [31-33].

Исходя из рассмотренных выше определений, можно сделать вывод о том, что импортозамещение в большей степени рассматривается как национальный процесс изменения экономических устоев путем снижения количества товаров, привозимых из-за рубежа и увеличение доли товаров, производимых на территории страны.

Таким образом, можно провести смысловую и технологическую параллель государства и предприятий торговли, которые в свою очередь относят свой процесс импортозамещения к более локальным целям и обстоятельствам, однако являются частью национального процесса импортозамещения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе выполнения бакалаврской работы были рассмотрены теоретические и практические аспекты процесса импортозамещения, а также исследовано влияние политики импортозамещения на формирование стратегии коммерческой деятельности торгового предприятия.

В результате исследований, были достигнуты следующие выводы:

Ключевыми основами политики импортозамещения являются стремление снизить зависимость от внешних факторов, стимулирование развития отечественной экономики, создание условий для конкурентоспособности национальной продукции на внутреннем и внешнем рынке. Эти принципы важны как для страны в целом, так и для торговых предприятий, которые активно участвуют в процессе реализации политики импортозамещения.

Практическая реализация политики импортозамещения оказывает существенное воздействие на деятельность торговых предприятий, изменяя их коммерческую стратегию и адаптационные возможности. Среди основных направлений изменений можно выделить переключение с ориентации на импортные товары на отечественную продукцию, реализацию мер по поддержке собственного производства и инноваций, активизацию сотрудничества с местными производителями, а также акцентированное изучение потребительского спроса.

Факторы, влияющие на формирование стратегии коммерческой деятельности предприятия в рамках политики импортозамещения, достаточно разнообразны и многоаспектны. Среди них следует выделить особенности отраслевого и регионального законодательства, государственные программы поддержки производителей, наличие инфраструктуры и материально-технических ресурсов, специфику конкурентной среды и потребительского спроса, а также готовность предприятия к инновационному и технологическому развитию.

Также подводятся итоги проведенного исследования и выдвигаются рекомендации по оптимизации стратегии коммерческой деятельности торговых предприятий с учетом политики импортозамещения.

Проведенный анализ позволил выделить следующие моменты:

1. Значимость политики импортозамещения для отдельных торговых предприятий зависит от множества факторов, среди которых: глубина интеграции в международную торговлю, уровень конкурентоспособности отечественных товаров, способность адаптироваться к новым условиям внешней и внутренней среды.
2. Активное продвижение политики импортозамещения может оказывать как позитивное, так и негативное влияние на функциональные подсистемы торгового предприятия: ассортимент товаров, систему закупок, логистику, маркетинг и управление.
3. В зависимости от специфики торгового предприятия и действующих экономических условий, ему необходимо выбирать определенную стратегию, исходя из возможностей и предпочтений потребителей, а также принимать во внимание импортозамещение как важный инструмент формирования конкурентных преимуществ.

На основе полученных выводов предлагаются следующие рекомендации по оптимизации стратегии коммерческой деятельности торговых предприятий в условиях реализации политики импортозамещения:

1. Проводить регулярный мониторинг и анализ рынка, выявлять перспективные отечественные товары и производителей, которые могут стать альтернативой импортным товарам и сгенерировать преимущества для компании в рамках политики импортозамещения.
2. Развивать систему закупок на основе гибкого и адаптивного подхода, позволяющего предприятию оперативно перестраивать свои закупочные стратегии в ответ на изменения экономической ситуации, государственных мер поддержки и тенденций развития отечественного производства.

3. Оптимизировать логистические процессы с учетом расширения ассортимента отечественной продукции. Это может включать создание новых логистических маршрутов, сокращение промежуточных звеньев в цепи поставок, и снижение транспортных издержек в результате отказа от импорта.
4. Учитывать политику импортозамещения при разработке маркетинговых стратегий, акцентируя внимание на продвижении и позиционировании отечественных товаров с учетом национальных и региональных предпочтений потребителей. Это может включать активное использование рекламы, PR-кампаний, социальных сетей и других каналов коммуникации с целью формирования позитивного имиджа отечественных товаров и укрепления потребительского спроса на них.
5. Разрабатывать и реализовывать программы повышения уровня профессиональной компетенции и квалификации сотрудников предприятия, обеспечивающие им доступ к информации о новейших технологиях и разработках, требованиях к отечественной продукции и нормативных актах, регулирующих импортозамещение, с целью оптимизации процессов принятия решений на всех уровнях управления компанией.
6. Активно сотрудничать с органами государственной власти, неправительственными организациями, научными и образовательными учреждениями, а также другими представителями финансово-экономической инфраструктуры с целью преодоления существующих проблем импортозамещения и совместного развития отраслевых и межотраслевых решений по поддержке отечественного производства.
7. Регулярно проводить оценку и мониторинг эффективности использования импортозамещения в стратегии коммерческой деятельности торгового предприятия и оперативно корректировать

свои подходы в соответствии с текущими возможностями и условиями развития рынка, с целью обеспечения успешной реализации установленных стратегических целей и задач.

8. Формировать и поддерживать долгосрочное партнерство с отечественными поставщиками и производителями, что будет способствовать укреплению взаимного доверия, обмену опытом и знаниями, разработке совместных проектов и программ по развитию отечественного производства и внедрению инноваций.
9. Оценивать и учитывать потенциал и перспективы развития отечественного производства, проводить анализ затрат и доходов, связанных с импортозамещением, для определения самых выгодных и актуальных для компании товаров, и услуг, которые могут быть заменены на отечественные аналоги.
10. Систематически поощрять и мотивировать сотрудников компании, активно участвующих в реализации стратегии импортозамещения, например, через внедрение системы премирования, повышение квалификации, участие в профессиональных конференциях и семинарах или предоставление возможностей для карьерного роста.

Применение этих принципов и наиболее актуальных для компании мер, способствует интеграции политики импортозамещения в стратегию коммерческой деятельности торгового предприятия и позволяет успешно реагировать на текущие вызовы и изменения рынка, а также укреплять конкурентоспособность предприятия на рынке.

Предложенная в работе методика реализации процесса импортозамещения расширит инструментарий разработки стратегий и подходов к политике импортозамещения и позволит принимать рациональные управленческие решения по оптимизации и развитию предприятий торговли.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Налоговый кодекс Российской Федерации — часть вторая от 01.10.2006. № 117-ФЗ (ред. от 01.04.2019) [Электронный ресурс] // <http://base.garant.ru/10900200/>
2. ГОСТ Р 51303-2013. Торговля. Термины и определения. - Взамен ГОСТ Р 51303-99, введ. 01.04.14 - Москва: Стандартинформ, 2015.- 36 с.
3. Федеральный закон от 28.12.2009 N 381-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 15.07.2016) [Электронный ресурс] // http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/
4. Федеральный закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 27.11.2017) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [Электронный ресурс] // http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/
5. Постановление Правительства РФ от 27.09.2007 N 612 (ред. от 04.10.2012) «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» [Электронный ресурс] // http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_71418/
6. Приказ Минфина России от 06.05.1999 N 32н (ред. от 06.04.2015) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99» [Электронный источник] // http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_6208/
7. Приказ Минфина России от 06.05.1999 N 33н (ред. от 06.04.2015) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99» [Электронный источник] // http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12508/
8. Методические рекомендации по учету и оформлению операций приема, хранения и отпуска товаров в организациях торговли (утв. письмом

- Роскомторга от 10.07.1996 N 1-794/32-5) [Электронный ресурс]
// http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12785/
9. Агапова, Т.А. Макроэкономика: Учебник / Т.А. Агапова, С.Ф. Серегина. – М.: МФПУ Синергия, 2013. С. 86.
 10. Анимица, Е.Г., Анимица, П.Е., Глумов, А.А. Импортзамещение в промышленном производстве региона: концептуально-теоретические и прикладные аспекты // Экономика региона. – 2015. – №3. – С. 163-164.
 11. Балакирев, С. Управление товарным ассортиментом [Текст] / С. Балакирев // Современная торговля. – 2011. – № 2. – С. 26–33.
 12. Баранов, Э.Ф., Волкова, Н.Н. Импортзамещение в динамике внешней торговли товарами в Российской Федерации // Экономические науки. 2013. №7 (104). С. 8.
 13. Березинская, О.Б., Ведев, А.Л. Производственная зависимость российской промышленности от импорта и механизм стратегического импортзамещения // Вопросы экономики. 2015. №1. С. 114.
 14. Бодряков, Р. ABC- и XYZ-анализ: составление и анализ итоговой матрицы [Электронный ресурс] / Р. Бодряков. – Режим доступа: <http://www.loglink.ru/massmedia/nalytics/record/?id=275> (Дата обращения 26.05.2023)
 15. Волкодавова, Е.В. Реализация стратегии импортзамещения продукции на российских промышленных предприятиях // Экономические науки. 2009. №12. С. 281.
 16. Данилов-Данильян, А.В. Импортзамещение в России-2015: чем обернется кризисная политика для компаний. Профессиональный журнал коммерсанта «Коммерческий директор». Электронный ресурс [Режим доступа] <http://www.kom-dir.ru/article/309-importozameshchenie-vrossii-2015> (Дата обращения 26.05.2023).
 17. Дарбиян, В.И. Формирование ассортимента и товарных запасов в торговле [Текст] / В.И. Дарбиян. – М.: Экономика, 2011.

18. Есина, О. Н. Развитие теоретических подходов к формированию ассортимента предприятия в нестабильных условиях [Электронный ресурс] / О.Н. Есина, Е.В. Краюхина // Региональный рынок в условиях кризиса: материалы всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. – Красноярск: Сиб. федер. ун-т., 2017. – С. 630-634. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=28981347>
19. Есина О. Н., Терещенко Н. Н., Ильина А. С. Диагностика ассортимента розничного торгового предприятия с учетом доходности продаж // Торговля, сервис, индустрия питания / Trade, service, food industry. 2021. №. 1. С. 20-31. DOI: <https://doi.org/10.17516/2782-2214-0003>
20. Зайцев, Д.Н. Организация производства импортозамещающей продукции как направление экономического развития региона: дисс. ... канд. экон. наук. Оренбург, 2002. С.10
21. Кадочников, П.А. Влияние импортозамещения на процессы экономического роста в переходной экономике: дисс. ... канд. экон. наук. М., 2005. С. 53
22. Лисовский, П. Управленческие перспективы планирования ассортимента в розничной сети [Текст] // Справочник экономиста. – 2012. – №7. – С. 54–66.
23. Лукинский, В. С. Прикладные методы и модели в логистике [Текст] / В. С. Лукинский, И. А. Цвиринько // Логистика сегодня. – 2014. – № 6. – С. 32–40.
24. Макаров, А.Н. Импортозамещение как инструмент индустриализации экономики региона. Инновационный аспект. На примере Нижегородской области // Инновации. – 2011. – №5. – С. 90- 93.
25. Матанцев, А.Н. 600 способов продвижения торговой марки. – М.: Дело и сервис, 2003. – 352 с.
26. Назарчук, Е.Н. Теоретические и методические основы эффективного импортозамещения на российских промышленных предприятиях: дисс. ... канд. экон. наук. Самара, 2007. С. 32

27. Румянцева, Е.Е. Новая экономическая энциклопедия. – М.: Инфра-М, 2005. – 724 с.
28. Семькин, В.А. Импортозамещение как эффективный инструмент оптимального развития рыночной экономики // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. – 2014. – №7. – С. 2-7.
29. Смирнов, Д.А. Методы организации инновационного развития электросетевого комплекса России на основе импортозамещения оборудования: дисс. ... канд. экон. наук. СПб., 2012. С. 37.
30. Старовойтова, О.В. Импортозамещение в условиях малой открытой экономики: автореф. дисс. ... канд. экон. наук. Минск, 2011. С. 6.
31. Сучкова, Н.А. Импортозамещение в продовольственном секторе России: дисс. ... канд. экон. наук. М., 2009. С. 16.
32. Сысоева, С.В. Управление ассортиментом в рознице. Категорийный менеджмент [Текст] / С.В. Сысоева, Е.А. Бузукова. – СПб.: Питер, 2010. – 45 с
33. Фальцман, В.К. Форсирование импортозамещения в новой геополитической обстановке // Проблемы прогнозирования. 2015. №1. С. 22-32.
34. Bahng, Y. Assortment Planning for Retail Buying, Retail Store Operations, and Firm Performance [Text] / Y. Bahng, F.T. Rogers, D.H. Kincade // Journal of Distribution Science. – 2018. – 16 (8). – Pp.15-27. doi: 10.15722/jds.16.8.201808.15
35. Balan, M. The Theory and Practice of Optimizing Assortment and Space [Text] / M. Balan // The Category Management Association. – 2014. – 46.
36. Ferreira, K. J. Assortment Rotation and the Value of Concealment [Text] / K.J. Ferreira, G. Joel // Harvard Business School Working Paper. – 2016. –17–041.
37. Garvis, M. 4 Strategies to optimize assortment planning [Text] / M. Garvis // Quantum Retail Technology. – 2010. – No1. – Pp. 3–15

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт торговли и сферы услуг

Кафедра торгового дела и маркетинга

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ Ю.Ю. Сулова
« ____ » _____ 2023 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.06 «Торговое дело» 38.03.06.01 «Коммерция»

Политика импортозамещения в формировании стратегии
коммерческой деятельности

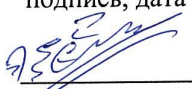
Руководитель



подпись, дата

доцент, канд. экон. наук О.Н. Есина
должность, ученая степень инициалы, фамилия

Выпускник



подпись, дата

ЭУ19-03БК

группа

Н.К. Жежель
инициалы, фамилия

Нормоконтролер

подпись, дата

профессор, д-р экон. наук Ю.Ю. Сулова
должность, ученая степень инициалы, фамилия

Красноярск 2023