

РОСЖЕЛДОР

Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
Сибирский государственный университет путей сообщения (СГУПС)

ФАКУЛЬТЕТ МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И ПРАВО

КАФЕДРА «Мировая экономика и туризм»

«Организация импорта телевизоров из Циндао (Китай) в Новосибирск  
(Россия)»

курсовая работа

По дисциплине «Организация внешнеэкономической деятельности  
предприятия»

Руководитель:

к.э.н., доцент

*М* Меринова А.С.  
(подпись)

18.01.2023  
(дата проверки)

Выполнила:

студентка группы ЭМЭ -411

*Агеева* Агеева А.Е.  
(подпись)

18.01.2023  
(дата сдачи)

Краткая рецензия

*Тема раскрыта*

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

*Кудрявцев*  
(подпись о допуске к защите)

*Хоботов*  
(оценка по результатам защиты)

18.01.23  
(дата)

*А*  
(подпись преподавателя)

*А*  
(подпись преподавателя)

НОВОСИБИРСК  
2022

**Исходные данные, общие для всех вариантов:**

1. Задание вшить в расчетно-пояснительную записку после титульного листа. Без задания работа на проверку не принимается.
2. Работу оформить в соответствии со стандартом организации СТО СГУПС

**Список основной литературы**

1. Федеральный закон от 08.12.2003 N 164-ФЗ (ред. от 22.12.2020) "Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности"
2. Указ Президента РФ от 6 августа 2014 г. № 560 "О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации"
3. Дюмулен, И.И. Международная торговля. Тарифное и не тарифное регулирование. Учебник / И.И. Дюмулен. - Москва: ВАВТ Минэкономразвития России, 2018. - 548 с.
4. Волков, Г. Ю. Международная торговля / Г.Ю. Волков, Г.П. Солодков. - Москва: Феникс, 2018. - 352 с.

Задание выдано: 09 сентября 2022

Руководитель Мерина к.э.н., доцент, Меринова А.С.

Задание к исполнению приняла Атеева Атеева А.Е.

## Содержание

Введение.....	3
1. Теоретические основы внешнеторговой деятельности.....	5
1.1 Понятие внешнеторговых операций и их разновидность.....	5
1.2 Методы, регулирующие внешнеторговую деятельность и их классификации.....	8
1.3 Особенности развития внешнеторговой деятельности в последнее десятилетие.....	11
2. Анализ мирового рынка телевизоров.....	14
2.1 Анализ тенденций развития рынка телевизоров.....	14
2.2 Китайские телевизоры на российском рынке.....	17
2.3 Особенности таможенного оформления телевизоров при поставке из Китая в Россию.....	19
3. Разработка плана поставки телевизоров из Китая в Россию.....	22
3.1 Особенности компании «NeoConnect».....	22
3.2 Организация торгово-посреднических отношений с «Haier» (город Циндао).....	25
3.3 Схема поставки телевизоров в «NeoConnect» из «Haier».....	27
Заключение.....	29
Список использованных источников:.....	30

## Введение

Международная торговля продолжает расти и развиваться благодаря прибыльности и целесообразности международного разделения труда.

Международное разделение труда - это концентрация производства определенных товаров в экономике для последующей выгодной продажи на мировом рынке для удовлетворения потребностей других стран, имеющих спрос на этот товар.

Международная торговля основана на принципе сравнительных преимуществ. Д. Рикардо заложил основу для сравнительного преимущества.

Страны, которые специализируются на производстве товаров со сравнительными преимуществами, могут производить большее количество и лучшего качества, чтобы в будущем их можно было экспортировать в другие страны. Благодаря взаимной торговле страны имеют возможность импортировать товары, которые не производятся в стране, но низкого качества, и приобретать эти товары по более низкой денежной стоимости. Специализация, основанная на сравнительных преимуществах и принципе торговли между странами, привела к увеличению общего объема мирового производства и потребления.

Основной формой коммуникации между производителями продукции из разных стран является внешняя торговля, которая обслуживает сферу торгового оборота через внешнеторговый бизнес коммерческого характера.

Внешнеторговые операции - это комплекс основных и вспомогательных видов коммерческой деятельности, то есть набор технологий, и его последовательное применение обеспечивает выполнение договоров купли-продажи. Основным видом из них являются экспортно-импортные операции.

Целью курсовой работы является разработка плана поставки телевизоров из Циндао (Китай) в Новосибирск (Россия).

Выполнение данной цели предопределило решение ряда задач:

1. Рассмотреть теоретические основы внешнеторговых операций;

2. Проанализировать динамику развития рынка телевизоров в мире и выявить его тенденции;

3. Проанализировать Китай как поставщика телевизоров;

4. Выявить особенности компании ООО «NeoConnect»;

5. Организовать план поставки автомобилей для ООО «NeoConnect».

Предмет исследования – телевизоры на рынке Новосибирской области.

Курсовая работа состоит из введения, трёх глав, заключения и списка литературы.

# **1. Теоретические основы внешнеторговой деятельности**

## **1.1 Понятие внешнеторговых операций и их разновидность**

Внешнеторговая деятельность – это деятельность, при которой происходит обмен (торговля) товарами, услугами, а также интеллектуальной собственностью с другими странами и государствами.

Внешняя торговля товарами подразумевает под собой импорт и экспорт товаров. Экспортом товара называют вывоз товара с территории государства, импортом товара называют ввоз товара на территорию страны.

К товарам относят движимое имущество, а также различные виды энергии, например, электрическую. К тому же, к товарам можно отнести некоторые виды транспорта, которые относят к недвижимому имуществу, например, воздушные и морские суда, космические объекты. [1]

В политике международной (внешнеторговой) деятельности можно выделить объекты и субъекты внешнеторговых отношений. Объектами ВТО являются материальные процессы, которые проявляются ввремя внешнеторговых перевозок и сделок, сотрудничества. В свою очередь субъекты ВТО определяют виды внешнеторговых операций на рынке.

Внешнеторговая операция – это каждая экспортная или импортная отгрузка товаров по отдельной таможенной декларации. Каждый этап выполнения работ оформляется отдельным актом о приемке-сдаче выполненных работ либо иным документом, предусмотренным законодательством, подтверждающим факт исполнения обязательства по внешнеторговой операции, а также каждый проведенный по этим операциям платеж. [12]

Существует два вида внешнеторговых операций, которые в свою очередь имеют следующие степени деления: основные и вспомогательные.

Основными операциями являются операции, которые осуществляются на расчетной основе между непосредственными участниками этих операций и к ним относятся такие операции как:

1. Операции по обмену научно-техническими знаниями, лицензиями «ноу-хау»;
2. Экспортно-импортные операции;
3. Лизинговые операции;
4. Операции по международному туризму и т.д.

Вспомогательные операции связаны с передвижением товара к потребителю и включают в себя:

1. Операции по международным перевозкам;
2. Страхование грузов и их сохранности при международных перевозках;
3. Операции по международным расчетам и т.д.

Для того чтобы ускорить проведение торговых операций и избежать различных рисков и проблем, Международной торговой палатой были разработаны правила по толкованию наиболее широко используемых торговых терминов в области внешней торговли — ИНКОТЕРМС (от англ. International commerce terms — «Международные торговые термины»). В настоящее время термины международных правил ИНКОТЕРМС являются важным инструментом торговли, поскольку их включают в договоры купли-продажи как руководство к действию импортерам, экспортерам, юристам, перевозчикам и страховщикам, поскольку неправильно примененный термин может привести к разрушению цепочек поставки товара.

Поставка товара на территорию другой страны производится лишь способом перемещения этого товара через границу.

Внешняя торговля услугами подразумевает под собой предоставление различных услуг или выполнение каких-либо работ в области внешней торговли, которые включают в себя производство, распределение, рекламу, а также доставку этих услуг.

В отличие от торговли товарами, поставка услуг на территорию другой страны может производиться несколькими способами, такими как трансграничная поставка услуг, перемещение потребителей в страну-экспортер;

учреждение коммерческого присутствия в стране, потребляющей услугу; временное перемещение физических лиц в другую страну с целью предоставления услуги.

И, наконец, внешняя торговля интеллектуальной собственностью называют передачу российским лицом иностранному, или же наоборот, исключительных прав на пользование объектами интеллектуальной собственности.

Внешняя торговля информацией может производиться в нескольких формах:

1. если информация – составная часть товара, то посредством внешней торговли товаров;
2. если информация – права на объекты интеллектуальной собственности, то посредством внешней торговли интеллектуальной собственностью;
3. в форме внешней торговли услугами в остальных возможных случаях. [1]

В сфере внешнеторговой деятельности важным моментом является внешнеторговый договор, который также является соглашением о купле-продаже товара. Внешнеторговый договор – это коммерческий документ, который составляется в соответствии с законодательством государства и подтверждает, что сделка была совершена. В данном документе, как правило, прописаны такие моменты как сроки поставки товаров, цена и стоимость товара, количество и качество товара, условия платежа и так далее.

Стоит отметить, что любое российское или иностранное лицо имеют право на осуществление внешнеторговой деятельности.

Взаимность прав заключается в том, что юридическим и физическим лицам иностранного государства предоставляются определенные права при условии того, что права предоставляемого эти права государства будут аналогичными на территории иностранного государства. Данная взаимности оговаривается при заключении договора и прописывается в нем, предоставляя

лицам определенные права. Однако, при принятии взаимности возникают сложности, так как законодательства некоторых стран сильно различаются.

Если говорить о важности ведения внешнеторговой деятельности, то в пример можно привести то, что в 2014 году страны Евросоюза и США ввели некоторые ограничения и санкции касаясь Российской Федерации, что повлекло за собой изменение во внешнеэкономической ситуации в стране. В целях обеспечения государства, Президент России, В.В. Путин подписал указ о применении встречных мер, запретов и ограничений касаясь стран Евросоюза. В документе Указа сказано, что запрещается импорт продовольствия и сырьевых ресурсов из стран, что поддержали санкции в отношении РФ. [2]

В следствие этого, у производителей санкционных стран появились избытки товаров (особенно ощутимо это сказалось на рынке рыбы, овощей, фруктов, сыров и мяса), что вызвало обвал цен на эти продукты в странах.

## **1.2 Методы, регулирующие внешнеторговую деятельность и их классификации**

Существует ряд методов, которые регулируют внешнеторговую деятельность:

- 1) таможенно-тарифное регулирование (метод, производимый путём применения ввозных и вывозных таможенных пошлин);
- 2) нетарифное регулирование (введение экономических запретов и ограничений, как правило, применяется лишь для защиты национальной экономики);
- 3) запреты внешней торговли интеллектуальной собственностью;
- 4) меры административного характера, применяемые для развития внешнеторговой деятельности (ограждают рынок от излишних импортных поставок, а также защищают рынок от возможности дефицита отечественной продукции). [3]

Первой группой методов регулирования ВТД являются тарифные методы регулирования внешнеторговой деятельности, которые предполагают установление квот и таможенных пошлин, под которыми понимается акцизный налог, взимаемый таможеней при пересечении товаром границы государства.

Таможенные пошлины можно подразделить на несколько видов в зависимости от:

- 1) объекта налогообложения (импортные, экспортные, транзитные);
- 2) способа взимания (адвалорные, специфические, комбинированные);

Адвалорные таможенные пошлины – это пошлины, при которых взимается процент от таможенной стоимости товара.

Специфические таможенные пошлины – это пошлины, исчисляемые в денежных единицах с определенного количества товара.

- 3) происхождения (автономные, договорные);
- 4) типа ставки (постоянные, переменные).

Таможенные пошлины обладают рядом функций, которые они выполняют:

- 1) регулирующая (регулирование входящих и выходящих товарных потоков);
- 2) протекционистская (защита отечественной продукции);
- 3) фискальная (увеличение государственного бюджета государства).

Вторая группа методов регулирования ВТД - это нетарифные (административные) меры регулирования внешней торговли, которые делятся на две группы: протекционистские меры и административные процедуры.

Целью протекционистских мер является прямое ограничение экспорта и импорта для защиты определенных секторов национального производства.

1. Лицензия - это система письменного разрешения на импорт и экспорт товаров, выдаваемого государственным учреждением. Для определенных товаров, включенных в перечень товаров для национальных целей, лицензия действует в течение определенного периода времени.

2. Условные (квоты) на экспорт и импорт - количественные или стоимостные ограничения на экспорт и импорт отдельных товаров и услуг, стран и групп стран в течение определенного периода времени.
3. Антидемпинговые процедуры - это судебные и административные разбирательства по искам, поданным национальными предпринимателями против иностранных поставщиков, обвиняющих их в продаже товаров по низким ценам, которые могут нанести ущерб местным производителям аналогичной продукции.
4. Законы некоторых стран предусматривают ценовые уступки, оговаривая, что товары и услуги импортеров должны быть ниже минимальной разницы в ценах отечественных производителей. Только в этом случае, если цена на ее продукцию ниже минимального уровня, предусмотренного национальным аналогом, национальная компания может разместить заказ у иностранного производителя. [3]

Меры, связанные с административными процедурами, ограничивают торговлю.

1. Таможенные процедуры. Они основаны на таможенных законах, утвержденных законодательным органом. "Закон о таможене" определяет общие задачи и функции таможенных органов, процедуры разработки, утверждения и применения таможенных пошлин, условия освобождения от уплаты таможенных пошлин, санкции за нарушения таможенных правил и процедуры рассмотрения жалоб. Таможенные процедуры являются одним из наиболее эффективных способов регулирования внешней торговли.
2. Технические процедуры. Они устанавливаются национальными организациями в соответствии с законом и представляют собой ряд мер по проверке соответствия импортируемой продукции международным и национальным стандартам, отраслевым нормам и техническим регламентам. Одним из видов технических барьеров

является требование о сертификации товаров, ввозимых в страну. С этой целью они проводят испытания, чтобы убедиться, что их производительность соответствует требованиям технических, санитарных, технических, радиационных, ветеринарных, экологических и других стандартов показателей. Эта процедура носит выборочный характер, но если она не будет сертифицирована заранее, это может серьезно осложнить продажу некоторых товаров.

3. Импортные процедуры - это правила ведения импортного бизнеса в сфере государственных закупок. Во многих странах в этих случаях покупатель должен провести международный аукцион, чтобы найти наиболее выгодного продавца. Иногда покупатель может получить лицензию только после выполнения требований по осуществлению встречных экспортных операций.

### **1.3 Особенности развития внешнеторговой деятельности в последнее десятилетие**

На современном этапе развития мировой экономики, внешнеторговая деятельность определяет себя как одну из наиболее активно развивающихся ее подсистем. В последнее десятилетие можно выделить такие ее особенности как:

1. В экспорте и импорте товаров на международном рынке преобладает количество развитых стран;
2. Удельный вес развивающихся стран в международной торговле постепенно увеличивается;
3. Увеличение объема внешнеторговой деятельности стран, которые входят в различные экономические объединения;
4. Диверсификация международной торговли (расширение разновидностей товаров на международном рынке) и т.д.

Во время развития внешней торговли, внешнеторговые операции менялись и усложнялись. Сначала преобладали операции обмена товарами, но с

развитием торговли и общества в целом, их заменили операции купли-продажи.  
[6]

Внешнеторговое соглашение – это соглашение между сторонами, находящимися в разных странах о предоставлении услуг или доставке товаров. Внешнеторговые соглашения имеют несколько разновидностей. Это связано:

- 1) с предметом соглашения (товар, услуги, результаты интеллектуальной деятельности, аренда оборудования, но др.);
- 2) с особенностями предмета соглашения (сырьевые товары, готовая продукция, машино-техническая продукция, и так далее);
- 3) с организационными формами торговли на мировом рынке (аукционная, биржевая, посредничество и так далее);
- 4) с зависимостью от канала сбыта и характера взаимоотношений между контрагентами.

Однако, не любое внешнеторговое соглашение является международным. Например, если соглашение заключено между сторонами разной государственной принадлежности, но находятся на территории одного государства. Но если стороны одной государственной принадлежности, но находятся на территориях разных государств – это международное соглашение.

В последние годы все больше внимания уделяется использованию интернет-технологий, выводящих международную торговлю на качественно новый, виртуальный уровень. В частности, речь идет об использовании для обмена и передачи данных при проведении торговых операций глобальных электронных сетей. Электронная коммерция стремительно развивается. Интернет способствует расширению диапазона коммерческих отношений.

В сфере международной интернет-торговли все чаще используются современные мобильные приложения, которые позволяют пользователям совершать покупки вне зависимости от их местоположения социального статуса. Статистика показывает, что объемы продаж услуг через интернет-приложения стремительно растут. Виртуализация международной торговли способствует изменению в международных расчетах.

В современном мире появляются все новые технологии платежей за расчеты в интернет-магазинах и торговые валюты для расчета за международные покупки, в частности, криптовалюты. Интернет изменяет сами отношения между потребителями, производителями и продавцами, выводя их на качественно новый уровень. Если раньше важнейшими критериями реализуемости товаров были их качество и цена, то сегодня на первое место выходит удовлетворенность индивидуализированных потребностей. Это значит, что продукт, реализуемый на международном рынке, должен максимально соответствовать запросам глобальных потребителей.

Таким образом, в современных условиях, в эпоху глобализации международная торговля трансформируется в новое качество. Ее ключевыми особенностями становятся:

- 1) Превращение знаний и информации в объект купли-продажи;
- 2) Появление новых технологий продаж;
- 3) Появление товаров, не имеющих физических характеристик (например, мобильные приложения) и пр.

Постепенно под воздействием основных факторов глобализации в система платежей за международные торговые операции происходят определенные эволюционные процессы. По сути, в современном мире происходит формирование новой торговой политики, сущность которой проявляется сквозь призму решения возникающих в международной торговле проблем, формировании новых механизмов и правил ее регулирования. [10]

## 2. Анализ мирового рынка телевизоров

### 2.3 Анализ тенденций развития рынка телевизоров

Телевизоры, в соответствии с технологией, в настоящее время можно разделить на 4 типа: традиционные электронно-лучевые трубки (ЭЛТ), проекционные (ЭЛТ, жидкокристаллическая панель или проектор могут использоваться в качестве источника изображения), плазменные и жидкокристаллические (ЖК). Бесспорными лидерами в области технологий в мире и нашей стране сегодня являются ЖК-телевизоры и плазменные панели. [4]

Сегодня мировой рынок плоскопанельных ЖК-телевизоров и плазменных технологий примерно разделен соотношением 1/4 плазменных и 3/4 "жидкокристаллических" (рис.1).

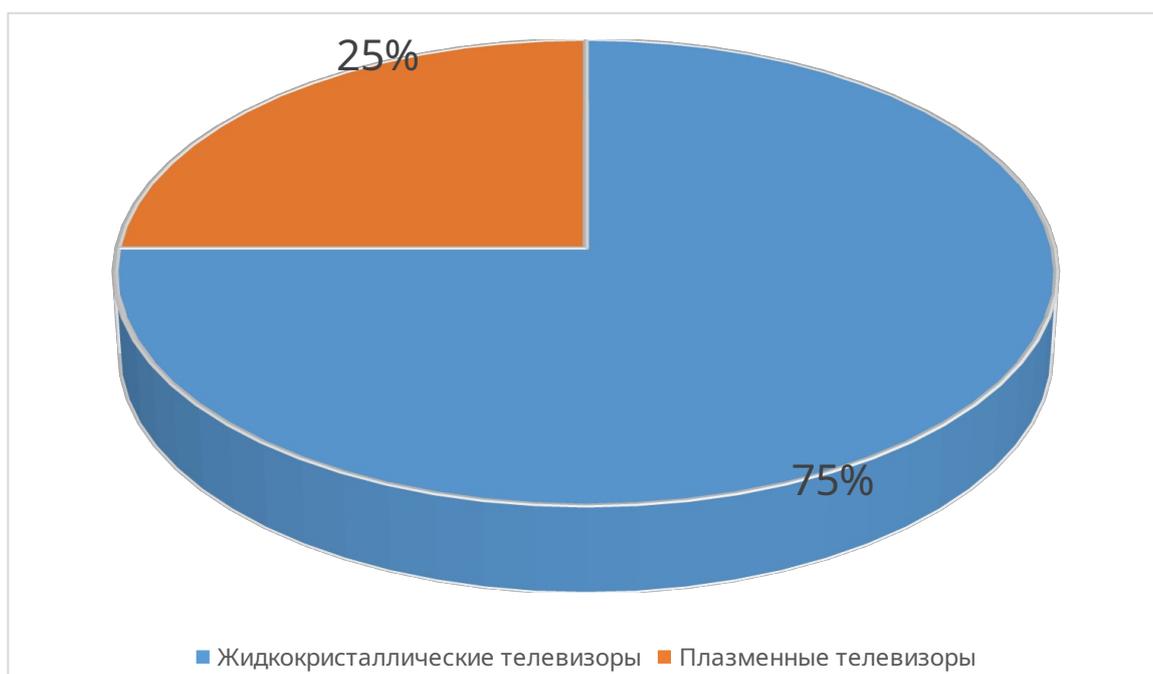


Рисунок 1 – Соотношение на мировом рынке плазменных и ЖК телевизоров.

В 2021 году мировые производители отгрузили около 213,54 млн телевизоров, что на 1,93 млн меньше, чем за аналогичный период прошлого года. По мнению аналитиков Omdia, объем рынка находится на самом низком уровне с 2010 года, и его данные будут опубликованы в феврале 2022 года. [5]

По оценкам исследовательской компании TrendForce, к концу 2021 года по всему миру будет поставлено 210 миллионов телевизоров, что на 3,3% меньше, чем 217 миллионов год назад.

Среди факторов, приведших к негативной динамике, эксперты отметили замедление распространения COVID-19 в Европе и США во втором полугодии. На этом фоне страны начали возвращаться к нормальной жизни, и стимулы, связанные с пандемией, больше не применяются, что привело к снижению спроса. Кроме того, рост цен на материалы и увеличение транспортных расходов привели к увеличению общей стоимости оборудования и вынудили телевизионные бренды повысить розничные цены.

Хотя производители телевизоров возлагают свои надежды на традиционные продажи в конце этого года, в целом они необоснованны, поскольку высокие цены ослабляют спрос. Таким образом, все это привело к снижению телевизионного рынка в прошлом году, отмечается в исследовании.

Согласно данным Omdia research, Samsung остается крупнейшим производителем телевизоров в 2021 году с физической долей 19,8% и долей капитала 29,5% к концу 2021 года. Другой южнокорейский производитель, LG Electronics, продал в общей сложности 27,3 миллиона телевизоров в 2021 году, что эквивалентно 12,8% от общего объема рынка. В валютном выражении рыночная доля компании достигла 18,5%.

LG является лидером в области OLED-телевизоров, ее доля к концу 2021 года составит 62%. За этот период компания продала 6,5 млн таких устройств по средней стоимости 11 861 доллар США (для ЖК-моделей этот показатель в три раза ниже - 5507,7 долларов США).

Как отмечает издание SamMobile, Samsung занимает лидирующие позиции в поставках телевизоров с момента выпуска линейки Bordeaux в 2006 году. В 2009 году корейская компания выпустила первую партию светодиодных устройств, а в 2011 году выпустила модель, поддерживающую смарт-телевизоры. В 2017 году были выпущены первые телевизоры Samsung с

квантовыми точками (QLED-телевизоры), а год спустя компания выпустила первые QLED-телевизоры, поддерживающие разрешение 8K.

В 2021 году Samsung отгрузила 9,43 миллиона устройств QLED TV, а общий объем поставок таких устройств с 2017 года превысил 26 миллионов единиц.

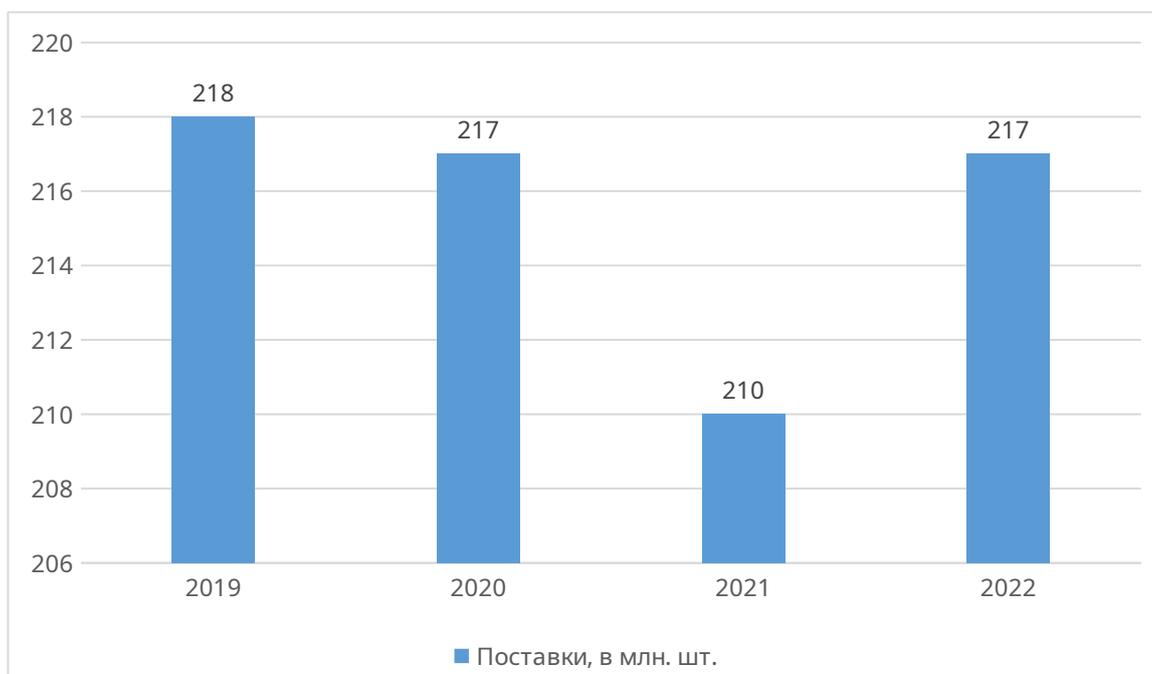


Рисунок 2 – Мировые поставки телевизоров на период 2019-2022 гг, в млн. шт.

Благодаря популярности Samsung на рынке телевизоров высокого класса, составляющем 2,500 млн юаней, доля QED в этой области в прошлом году составила 44,5%. Аналитики Omdia подсчитали, что в категории моделей с наибольшей диагональю 80 дюймов доля компании оценивается в 44,9%.

TrendForce обратила внимание на появление в телевизионной части органического светодиодного экрана. Объем их поставок в 2021 году увеличился на 70% и составил 6,7 млн единиц. Эксперты связывают это увеличение с сокращением ценового разрыва между OLED-телевизорами и традиционными телевизорами с жидкокристаллическими экранами, которое произошло на фоне роста цен на жидкокристаллические панели.

Эксперты также указали на рост продаж мини-светодиодных телевизоров (технология предполагает использование уменьшенных светодиодов, чтобы

можно было более точно выделить нужную область экрана и получить более яркое изображение). В 2021 году они продали 2,1 миллиона единиц, а в 2022 году продажи в этом сегменте, как ожидается, увеличатся более чем вдвое и составят 4,5 миллиона единиц. Этому будет способствовать расширение ассортимента ведущих производителей, включая Samsung, Sony, LG и TCL.

## **2.4 Китайские телевизоры на российском рынке**

Китайская электроника за последние несколько лет заполонила мировой рынок. В настоящее время производители из Китая стараются делать качественную продукцию, которая способна конкурировать с продукцией именитых брендов. Многие склоняются к более дорогим маркам. Эксперты считают, что подобные решения обусловлены доверием к тому или иному бренду. На деле китайские телевизоры могут быть долговечнее и функциональнее дорогостоящих аналогов.

Телевизоры брендов из Поднебесной выбирают как наиболее доступные и в части наличия в магазинах, и по цене, согласен аналитик Mobile Research Group Эльдар Муртазин.

Кроме того, китайские телевизоры более универсальны. В системах webOS (операционная система LG) и Tizen (ОС Samsung) доступность приложений определяется строго производителями телевизоров, то в китайских ТВ установлены Android TV, либо Google TV.

Российские ретейлеры фиксируют рост спроса на телевизоры китайских брендов, в отдельные месяцы 2022 года рост спроса составил от 40 до 95%. Об этом сообщили в компаниях Ozon и «Ситилинк».

«В текущем году у россиян вырос интерес к телевизорам китайских брендов. За последнее время на Ozon кратно увеличился ассортимент в категории, в том числе за счет популярных моделей из Китая. Штучные продажи телевизоров китайских брендов в феврале этого года выросли почти на 40% год к году, по итогам мая рост уже составил 95% в натуральном

исчислении к маю прошлого года. Отдельные бренды росли еще быстрее», — рассказали в Ozon.

По данным Citylink, по сравнению с аналогичным периодом прошлого года продажи телевизоров китайского бренда ВВК в июле выросли на 57%. Причина - привлекательная цена, отметили в компании.

По данным Ozon, с января по май продажи телевизоров Haier, Fusion, Harper и Xiaomi выросли больше всего в годовом исчислении среди китайских брендов. Россияне доверяют известным китайским брендам бытовой техники и электронных товаров, поэтому часто выбирают элитные сегменты рынка, а их продажи в категории телевизоров с прошлого года выросли в среднем на 27%. Например, все телевизоры 10 крупнейших китайских брендов по продажам оснащены смарт-телевизорами, треть из которых имеют экраны с диагональю более 42 дюймов и разрешением 4к.

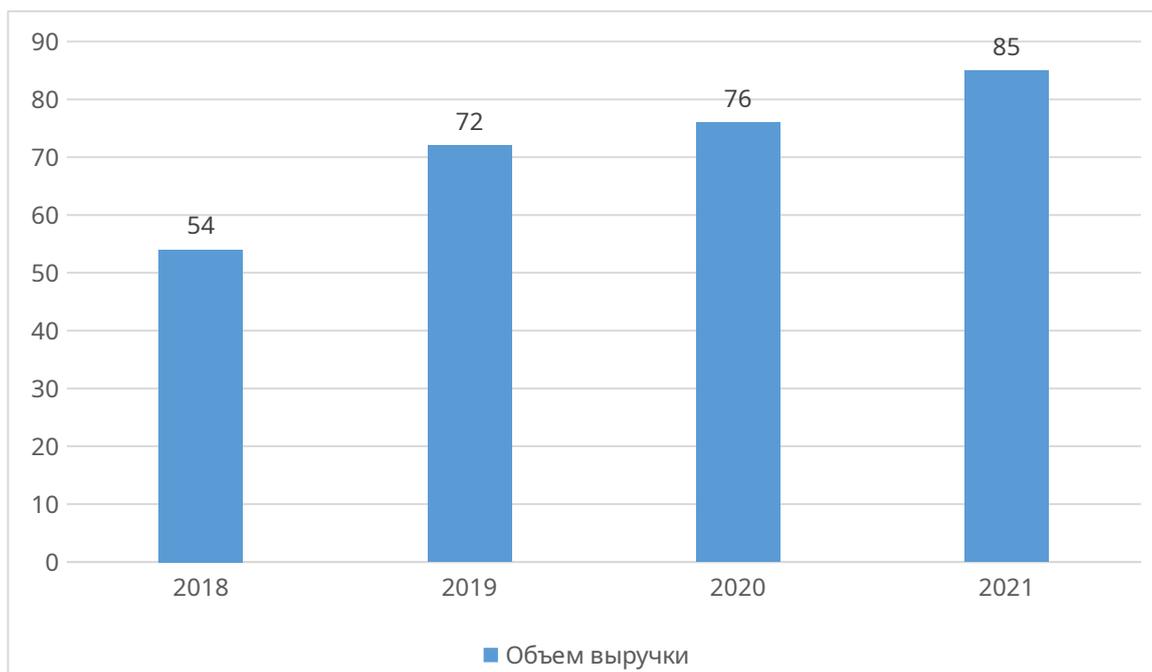


Рисунок 3 – Динамика объема выручки с продажи китайских телевизоров на период 2018-2021 гг., в млрд. руб.

По данным ретейлера "МВидео-Эльдорадо", в первом полугодии 2022 года валютный объем российского телевизионного рынка достиг около 95 млрд рублей, что более чем на 15% больше прошлогоднего показателя, а количество штук составило около 2,6 млн шт. После увеличения спроса в прошлом году он

упал на 10%. В первой половине этого года основной спрос традиционно падал в первом квартале. В этом году это также было обусловлено инвестиционными настроениями с февраля по март, когда чаще покупались более дорогие модели. С января по июнь доля моделей SMART TV в единичных продажах превысила 75%, а разрешение 4K - 45%.

Рост продаж китайских телевизоров зафиксировали и на маркетплейсе Wildberries. Там отметили, что наиболее популярны модели с функцией Smart TV, с HD-разрешением и диагональю 32 дюйма стоимостью около 15–16 тыс. рублей. Бренды-лидеры по штучным продажам на площадке — ВВК, Thomson, Xiaomi, LG и Samsung, рассказал представитель ритейлера.

Общий денежный объем рынка телевизоров в первом полугодии 2022-го достиг порядка 95 млрд рублей, превысив показатели того же периода 2021-го более чем на 15%.

## **2.5 Особенности таможенного оформления телевизоров при поставке из Китая в Россию**

При поставке телевизоров из Китая на территорию Российской Федерации, товар проходит на границе процедуру таможенного оформления.

Таможенное оформление телевизоров включает в себя прохождение таможенных процедур в соответствии с установленными системами. Регистрация телевизора осуществляется стандартным образом. Для того чтобы быстро пройти таможенную очистку и избежать возникновения форс-мажорных обстоятельств, заявителю необходимо быть знакомым с соответствующими главами налогового законодательства, таможенного кодекса и законодательных актов. [9]

Телевизоры растамаживаются в порядке, характерном для таможенного оформления любой бытовой техники. Юридическая очистка телевизоров при импорте состоит из предварительного и основного этапа. Этап подготовки является чрезвычайно важным, поскольку от него зависит продолжительность и успешность последующей растаможки.

На предварительном этапе декларант заполняет декларацию, подготавливает и представляет пакет документов, включающих характеристики продукции, сведения о производителе, определяет код ТН ВЭД и рассчитывает таможенную пошлину, НДС. После прибытия груза на таможенный пункт работники таможни извещаются об этом в течение 30 минут. Далее выполняется процедура валютного, документального контроля, таможенный осмотр груза, транспорта. Затем груз регистрируется, и выдается декларация с пометкой «выпуск разрешен». Все это происходит, если никаких претензий у таможенного инспектора не возникло. Процедуры регламентируются Таможенным кодексом Таможенного союза РФ.

Определяет успех дальнейшей растаможки правильная классификация по ТН ВЭД. От товарного кода зависит размер импортной пошлины и НДС. Сложность в том, что код определяется декларантом, который в большинстве случаев не является специалистом и не ориентируется в товарной номенклатуре ВЭД. В ТН ВЭД каждый товар имеет свой классификационный код, в зависимости от свойств и характеристик.

Телевизоры растамаживаются под кодом 8528722001. Согласно этому коду, размер импортной пошлины составляет 10%, а НДС – 20%. Причём пошлина должна составлять не менее 25,5 евро за единицу товара. [9]

При процедуре растаможки коммерческой партии юридическому лицу необходимо представить следующие документы:

- 1) договор ВЭД;
- 2) техническое описание товара, инструкцию и правила эксплуатации;
- 3) заполненную декларацию на каждый вид товара с кодом ТН ВЭД;
- 4) товарно-сопроводительные документы;
- 5) товарные чеки;
- 6) сертификаты соответствия и гарантии безопасного использования.

Цифровое оборудование, к которому относятся современные телевизоры, должно проверяться на соответствие требованиям безопасности и качества. Сертификации телевизоров выполняется в соответствии с техническим

регламентом ТР ТС 004/2011 «О безопасности низковольтного оборудования». Заявка на получение сертификата подается в сертификационные центры или другие аккредитованные организации. В ходе сертификации проверяется соответствие действующим стандартам качества и безопасности кинескопных, плазменных и жидкокристаллических телевизоров, а именно ГОСТ 18198-89, ГОСТ Р МЭК 62075-2011, ГОСТ Р МЭК 60065-2009. В результате декларант получает сертификат соответствия ТР ТС и ГОСТ. Запчасти для бытовой техники, а конкретно для телевизоров, сертификации не подлежат, но при пересечении границы нужно будет представить таможенной службе сертификационные документы на прибор, для которого эти запчасти импортируются. [11]

### **3. Разработка плана поставки телевизоров из Китая в Россию**

#### **3.1 Особенности компании «NeoConnect»**

Целью работы является поставка китайских телевизоров марки «Haier» от международной промышленной компании из города Циндао в город Новосибирск в компанию-покупатель ООО «NeoConnect».

Своей миссией компания ставит развитие на Новосибирском рынке новой электроники и бытовой техники для предоставления потребителям качественного продукта.

Задачей компании является налаживание торговых отношений с международной компанией для дальнейшего взаимовыгодного сотрудничества и поставки телевизоров марки «Haier» на рынок Новосибирска.

ООО «NeoConnect» — торговая сеть по продаже бытовой техники и электроники, которая является публичной компанией. По данным за 2019 год, компания «NeoConnect» занимала одно из первых мест в России по объёму продаж в сети среди ритейлеров, специализирующихся на реализации непродовольственных товаров.

Сеть основана 26 декабря 2007 года, когда был открыт первый магазин «НЕОКоннект» в Москве. В течение нескольких лет сеть работала только в Москве. В 2010 «NeoConnect» открыла свой первый магазин в регионе — Нижний Новгород. В 2011 году компания открывает магазин в Новосибирске.

В конце 2017 года компания «NeoConnect» запустила креативную кампанию «НИИ Р.А.З.У.М», в рамках которой впервые в своей истории использовала образ знаменитости в рекламной коммуникации. Лицом компании стал известный телеведущий, появившийся во всех визуальных коммуникациях: от интернета и внешних форматов рекламы до телевизионных роликов. Таким образом компания решила привлечь как можно больше клиентов, ориентируясь на рекламу своего, где показана вся его надежность и практичность. Также проанализировав данные привлечения клиентов,

компания решила запустить проект по сбору и утилизации старых батареек, установив в магазинах специальные контейнеры в форме батареек Duracell.

В 2019 году совместно с SAP компанией представлена концепция «умного» магазина в рамках долгосрочной стратегии развития ONE-retail, которая предполагает уход торговли в онлайн, а привычные магазины будут выступать в роли пунктов выдачи и центров пользовательского опыта, что позволит людям полноценно опробовать и оценить товар и принять решение о покупке.

Компания также начала реализовывать OMNI-канальную модель коммуникации с клиентами, что позволило заметно укрепить свои позиции на рынке. Омниканальность является новым принципом работы с потребителями, посредством которого создается единый канал взаимодействия; она помогает создать интегрированное восприятие продукта, а также персонализировать обслуживание каждого покупателя. В итоге клиентам был предложен единый товарный ассортимент, сервис, цены в интернет-магазине и гипермаркетах сети. В этом же году принято решение по созданию универсальной торговой интернет-площадки (marketplace) goods.ru, которая объединит все преимущества онлайн-торговли. Это позволит «NeoConnect» занять уверенные позиции в этой сфере, потеснив конкурентов (среди основных – «Яндекс.Маркет»).

Компания в своей работе уделяет большое внимание благотворительной деятельности и реализации экологических инициатив, также компания:

- 1) намеренно отказалась от продажи неэффективных ламп накаливания, которые расходуют много электроэнергии;
- 2) прекратила продажи кинескопных телевизоров, которые содержат очень токсичное соединение (оксид свинца), опасное для природы;
- 3) регулярно проводит акции с утилизацией старой техники, финансируя все логистические вопросы;
- 4) отказалась от использования пластиковых пакетов, приступив к использованию бумажных эко-пакетов, способствует восстановлению лесов.

Проработав на рынке довольно долгий срок и заработав себе репутацию, компания решает расширить линейку телевизоров с целью привлечения большего количества покупателей. Изучив рынок, руководство компании останавливает свой выбор на китайской компании-производителе телевизоров и бытовой техники «Haier» и направляет предложение (оферту) непосредственно руководству компании «Haier».

Заклучив договор о поставке телевизоров с компанией «Haier», руководство компании «NeoConnect» начало разработку тактики и стратегии продвижения компании на рынке.

Тактикой компании стала закупка товаров у производителя, а затем перепродажа ее на рынке Новосибирской области. Однако, руководством было учтено, что конкуренция на рынке довольно высока, вследствие чего они приняли решение использовать стратегию ценового прорыва. Данная стратегия заключается в продаже товаров по более низкой цене чем у конкурентов с целью увеличения продаж и максимизации прибыли.

В процессе исследования был проведён SWOT-анализ компании ООО «NeoConnect» (табл. 1):

Таблица 1: SWOT-анализ компании ООО «NeoConnect»

<b>Сильные стороны</b>		<b>Слабые стороны</b>
1. Наличие долгосрочного опыта и хорошей репутации на рынке телевизоров	1.	1. Высокая конкуренция на рынке розничных продаж электроники и бытовой техники (необходимость больших затрат на рекламу и др. издержки)
2. Система льготных скидок		2. Высокая зависимость от внешнего финансирования для сохранения высоких темпов развития торговой сети
3. Доступные цены.		3. Нестабильная экономическая ситуация в стране
4. Большой выбор ассортимента.	2.	
5. Наличие обратной связи		
<b>Возможности</b>		<b>Угрозы</b>

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сохранение одних из лидирующих позиций на растущем розничном рынке электроники</li> <li>2. Развитие торговой сети, за счет открытия магазинов в новых регионах России</li> <li>3. Расширение выбора ассортимента</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ухудшение экономической ситуации в стране и, как следствие, снижение покупательской способности населения.</li> <li>2. Сложности с обеспечением всех необходимых таможенных процедур</li> </ol>
---	---

Как мы можем увидеть из SWOT-анализа, компания ООО «NeoConnect» имеет большое количество сильных сторон, что способствует сохранению высокого положения фирмы на рынке. Компания стремится к расширению ассортимента товаров, а так же к развитию торговой сети, путём открытия новых магазинов.

### **3.2 Организация торгово-посреднических отношений с «Haier» (город Циндао)**

Компания ООО «NeoConnect» предлагает разработку алгоритма для налаживания торговых отношений с Китайской компанией «Haier», для чтобы стать официальным дилером электроники в Новосибирске. Тем самым были предложены следующие пункты:



Рисунок 4 - Алгоритм налаживания торговых отношений с «Haier»

Компания «NeoConnect» определила ряд требований к компании «Haier», которые включали:

1. Готовность к долгосрочному сотрудничеству;
2. Невысокая цена на партии товаров;
3. Техническая поддержка продукции.

После переговоров с руководством компании «Haier», было выявлено, что компания подходит под все требования. В качестве перевозчика товара, посредством тендера, была выбрана компания «ММК Транспорт Лоджистикс», которая осуществляла перевозку из Китая в Россию по приемлемым ценам и в кратчайшие сроки.

Тендер – это конкурентная форма отбора предложений на оплачиваемую поставку товаров, оказание услуг или выполнение работ по заранее объявленным в документации условиям, в оговоренные сроки на принципах состязательности, справедливости и эффективности. [8]

Контракт заключается с победителем тендера — участником, подавшим предложение, соответствующее требованиям документации, в котором

предложены наилучшие условия. В отличие от аукционов, участники тендера не имеют доступа к условиям, предложенным конкурентами.

С компанией-перевозчиком в последствии был заключен внешнеторговый контракт и подтверждено сотрудничество.

### **3.3 Схема поставки телевизоров в «NeoConnect» из «Haier»**

Для того, чтобы телевизор не пострадал еще до того, как придет к покупателю, стоит обратить внимание на морскую пересылку устройства. На водной глади нет никаких ухабов и рытвин, что гарантирует спокойную и быструю доставку. Но сам транзит не так важен для покупателя, как опция, которую можно заказать в купе с морской доставкой. Конечно же, речь идет о контейнерных перевозках из КНР. Это самый надежный вариант доставки телевизоров по разумной цене. [7]

Суть контейнерных перевозок заключается в том, что вы арендуете отдельный бокс, в котором будут помещены ваши телевизоры из Китая. После того, как покупка будет загружена, специально оборудованный контейнер сразу же замыкается и вскрыть бокс можно только по приходу в страну перед покупателем. Это и есть надежность, ничего не потеряется и не сломается. Особенно полезны доставки в боксе, при закупке большой партии ТВ из Китайской Народной Республики.

Таким образом, компания «NeoConnect», изучив все возможные варианты доставки груза из Китая, решает, что телевизоры будет более логичным перевозить при помощи морского транспорта, во избежание различных повреждений.

При пересечении границы России поставляемого товара, компания «NeoConnect» будет обязана заплатить импортную пошлину, которая составляет 10% от общей стоимости партии, а также НДС в размере 20%. Временная пошлина при таможенном оформлении телевизоров отсутствует, акцизом товар не облагается.

Следующим шагом, компания «NeoConnect» разрабатывает план сотрудничества с Haier. Таким образом, компания «NeoConnect» закупает телевизоры партиями у компании Haier, расположенной в городе Циндао, КНР. Затем компания-перевозчик «ММК Транспорт Лоджистикс» доставляет морским транспортом партию товара, размером в 100 единиц, в город Владивосток, что располагается на границе Китая и России. Время доставки из Циндао во Владивосток составляет 12 дней и будет стоить 228 355 рублей, из расчета на 600 кг груза (вес одного Ж/К телевизора – 6 кг).

На границе товар проходит растаможенную процедуру, компания «NeoConnect» оплачивает следующие таможенные платежи:

Таблица 2 – Расчёт таможенных платежей

	Основа	Ставка	Сумма
Сборы:	35000 RUB	775 RUB	775 RUB
Пошлина:	100 ШТ	25.5 EUR / ШТ	188265.99 RUB
НДС:	223265.99 RUB	20 %	44653.2 RUB
<b>Итого:</b>			<b>233694.19 RUB</b>

После оплаты пошлин в общем размере 233694,19 рублей и получения необходимых документов и сертификатов, груз доставляется из Владивостока в Новосибирск посредством автоперевозки, которой займётся логистическая компания ТК СКОРОСТЬ. Перевозка займёт 8 дней, стоимость перевозки составит 81200 рублей.

Таким образом, мы можем увидеть, что компания «NeoConnect» успешно организовала долгосрочное сотрудничество с компанией «Haier», последствием внимательного изучения рынка, выбора надёжного партнера, грамотного сбора документов и выбора правильного способа доставки в кратчайшие сроки и в минимальную стоимость.

## Заключение

В рамках проделанной работы были изучены теоретические основы внешнеторговой деятельности, в том числе понятие внешнеторговых операций и их виды, методы, регулирующие внешнеторговую деятельность, а также особенности развития внешнеторговой деятельности за последние 10 лет.

Был проведен анализ мирового рынка телевизоров, выявлены особенности на настоящий период, а также анализ тенденций развития рынка.

Было выявлено, что в связи с СВО, введением санкций против России и ухода с рынка многих крупных игроков в сфере производства телевизоров, таких как Samsung и LG, КНР заняла лидирующую позицию по продаже телевизоров в Российской Федерации.

Также в процессе работы был изучен список нормативных документов и особенности таможенного оформления телевизоров при ввозе из Китая в Россию.

В третьей главе настоящей курсовой работы был разработан план по поставке телевизоров из Китая в Россию. План включил в себя рассмотрение особенностей компании «NeoConnect», подбор поставщика на территории КНР, проведение SWOT-анализа, планирование перевозки и расчет затрат на перевозку, включая таможенные сборы и расходы на доставку морским и автотранспортом. Также были рассмотрены схемы налаживания сотрудничества между Китайской компанией «Haier» и Новосибирской компанией «NeoConnect».

Таким образом, цель работы, которая заключалась в разработке плана поставки телевизоров из Циндао (Китай) в Новосибирск (Россия) была достигнута, все задачи выполнены.

### Список использованных источников:

1. Федеральный закон от 08.12.2003 N 164-ФЗ (ред. от 22.12.2020) "Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности"
2. Указ Президента РФ от 6 августа 2014 г. № 560 "О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации"
3. Дюмулен, И.И. Международная торговля. Тарифное и не тарифное регулирование. Учебник / И.И. Дюмулен. - Москва: ВАВТ Минэкономразвития России, 2018. - 548 с.
4. Жидкокристаллические телевизоры: обзор рынка Режим доступа: – URL: <https://4p.ru/main/research/3896/> (дата обращения: 03.01.2023).
5. Телевизоры (мировой рынок) Режим доступа: – URL: [https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%A2%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%B2%D0%B8%D0%B7%D0%BE%D1%80%D1%8B\\_\(%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9\\_%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA\)](https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%A2%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%B2%D0%B8%D0%B7%D0%BE%D1%80%D1%8B_(%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9_%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA)) (дата обращения: 04.01.2023).
6. Волков, Г. Ю. Международная торговля / Г.Ю. Волков, Г.П. Солодков. - Москва: Феникс, 2018. - 352 с.
7. Оптовая доставка телевизоров из Китая в Россию Режим доступа: – URL: [https://optofchina.ru/televizori\\_iz\\_kitaya.html](https://optofchina.ru/televizori_iz_kitaya.html) (дата обращения: 03.01.2023).
8. Типы госзакупок: тендеры, конкурсы, аукционы Режим доступа: – URL: [http://roscontract.ru/leftmenu1\\_8.html](http://roscontract.ru/leftmenu1_8.html) (дата обращения: 03.01.2023).
9. Таможенное оформление телевизоров Режим доступа: – URL: [https://sbcargo.ru/poleznaya-informatsiya/tamozhennoe-oformlenie-televizorov/?sphrase\\_id=30320](https://sbcargo.ru/poleznaya-informatsiya/tamozhennoe-oformlenie-televizorov/?sphrase_id=30320) (дата обращения: 05.01.2023).
10. Современные тенденции развития международной торговли в условиях глобализации Режим доступа: – URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-razvitiya-mezhdunarodnoy-torgovli-v-usloviyah-globalizatsii> (дата обращения: 02.01.2023).

11. Технический регламент Таможенного союза Режим доступа: – URL: <https://docs.cntd.ru/document/902299536> (дата обращения: 04.01.2023).
12. Понятие и особенности внешнеэкономической сделки Режим доступа: – URL: <https://studfile.net/preview/7792861/page:11/> (дата обращения: 02.01.2023).

## Отчет о проверке на заимствования №1



**Автор:** Агеева Анастасия

**Проверяющий:** Агеева Анастасия

Отчет предоставлен сервисом «Антиплагиат» - <http://users.antiplagiat.ru>

### ИНФОРМАЦИЯ О ДОКУМЕНТЕ

№ документа: 23

Начало загрузки: 18.01.2023 00:30:56

Длительность загрузки: 00:00:00

Имя исходного файла: курсовая.txt

Название документа: курсовая

Размер текста: 39 кБ

Символов в тексте: 39834

Слов в тексте: 4873

Число предложений: 238

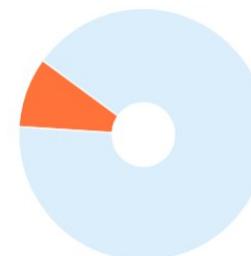
### ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОТЧЕТЕ

Начало проверки: 17.01.2023 21:30:57

Длительность проверки: 00:00:01

Комментарии: не указано

Модули поиска: Интернет Free



#### СОВПАДЕНИЯ

9,33%

#### САМОЦИТИРОВАНИЯ

0%

#### ЦИТИРОВАНИЯ

0%

#### ОРИГИНАЛЬНОСТЬ

90,67%

Совпадения — доля всех найденных текстовых пересечений, за исключением тех, которые система отнесла к цитированиям, по отношению к общему объему документа.

Самоцитирования — доля фрагментов текста проверяемого документа, совпадающий или почти совпадающий с фрагментом текста источника, автором или соавтором которого является автор