

Качество государственных таможенных услуг: трансформация маркетинговой модели и методика оценки

Софьянникова Ирина Юрьевна^{1,2}

Ст. преп. каф. таможенных операций и таможенного контроля¹, гл. государственный таможенный инспектор отдела таможенного оформления и таможенного контроля²

ORCID: 0000-0001-7066-0854, e-mail: i.sofyannikova@customs-academy.ru

¹Российская таможенная академия, г. Люберцы, Россия

²Московский таможенный пост (Электронный центр декларирования), г. Москва, Россия

Аннотация

Настоящее исследование посвящено изучению сферы государственных услуг, оказываемых таможенными органами. Цель – анализ трансформации маркетинговой модели таможенных услуг в условиях реализации принципов клиентоцентричности и цифровой трансформации системы таможенного администрирования. Актуальность статьи обусловлена необходимостью проработки механизма оказания услуг для повышения их качества и удовлетворенности конечного потребителя (заинтересованного гражданина, участника внешнеэкономической деятельности) результатом – получением услуги. Основными задачами являются выявление проблемных факторов механизма оказания государственных таможенных услуг, определение их сущности, структурирование их сферы. В статье использовались теоретические (анализ действующих нормативно-правовых актов и научных трудов современных исследователей) и эмпирические (практическое обоснование способов повышения эффективности таможенного контроля и качества государственных таможенных услуг) методы исследования. На основе анализа определения таможенной стоимости как государственной таможенной неформализованной услуги выявлены проблемные аспекты, снижающие качество данной услуги и уровень удовлетворенности участников внешнеэкономической деятельности. Результатом исследования является предложение возможных вариантов решения выявленных проблемных аспектов на основе разработанной маркетинговой модели и методики оценки качества таможенной услуги, фрагмент которой представлен автором на примере контроля и подтверждения таможенной стоимости товара.

Ключевые слова

Таможенные услуги, неформализованные услуги, качество таможенных услуг, маркетинговая модель качества таможенных услуг, методика оценки качества таможенных услуг, центр электронного декларирования, клиентоцентричность

Для цитирования: Софьянникова И.Ю. Качество государственных таможенных услуг: трансформация маркетинговой модели и методика оценки // Вестник университета. 2024. № 4. С. 25–32.



State customs services quality: marketing model and assessment methodology transformation

Irina Yu. Sofiyannikova^{1,2}

Senior Lecturer at the Customs Operations and Customs Control Department¹, Chief State Customs Inspector at the Customs Clearance and Customs Control Department²

ORCID: 0000-0001-7066-0854, e-mail: i.sofiyannikova@customs-academy.ru

¹Russian Customs Academy, Lyubertsy, Russia

²Moscow Customs Post (Electronic Declaration Center), Moscow, Russia

Abstract

The article studies the sphere of public services provided by customs authorities. The purpose of the study is to analyze the marketing model of customs services marketing model transformation under the conditions of the customer-centricity principles implementation and the customs administration system digital transformation. The relevance of the study is conditioned by the necessity to elaborate the rendering services mechanism in order to improve their quality and satisfaction of the final consumer (interested citizens, participants of foreign economic activity) with the result of receiving the service. The main tasks of the study are to identify problematic factors of the rendering state customs services mechanism, to determine their essence, and to structure their sphere. The article used both theoretical (current normative-legal acts and modern researchers' scientific works analysis) and empirical (practical substantiation of ways to improve the customs control efficiency and the state customs services quality) research methods. Based on the analysis of the customs value definition as a state customs unformalized service, the problematic aspects that reduce the service quality and the level of participants' satisfaction in foreign economic activity have been identified. The study proposes possible options for solving the identified problematic aspects on the basis of the developed marketing model and methodology for assessing the customs services quality. Its fragment has been presented by the author on the example of goods customs value control and confirmation.

Keywords

Customs services, non-formalized services, customs services quality, customs services quality marketing model, methodology for assessing customs services quality, e-declaration center, customer focus

For citation: Sofiyannikova I.Yu. (2024) State customs services quality: marketing model and assessment methodology transformation. *Vestnik universiteta*, no. 4, pp. 25–32.



ВВЕДЕНИЕ

В современном мире, в эпоху постиндустриального периода, происходит кардинальная переориентация на развитие и повышение качества сферы услуг в обществе. Именно развитие сферы государственных услуг является ключевым показателем зрелости общества и государства в целом.

В настоящее время в Российской Федерации (далее – РФ) особое внимание сконцентрировано на секторе государственных услуг, происходит переход от «эгоцентричного» к «клиентоцентричному» государству. Основной целью данного перехода является организация выполняемых функций и услуг государством максимально комфортным и удобным способом для их конечного потребителя (граждан страны, физических и юридических лиц, представителей бизнеса и др.).

Стратегическим ориентиром является создание в обществе условий, где потребитель будет тратить наименьшее количество ресурсов (прежде всего временных и финансовых) на удовлетворение своих потребностей и получение государственных услуг. В текущем периоде это обеспечивается за счет внедрения идей клиентоцентричного государства, реализуемого на основе цифровой трансформации институтов государственного управления [1]. В основе реализации такой трансформации лежит идея технологического развития с помощью цифровизации процессов и внедрения искусственного интеллекта. Идеи клиентоцентричности реализуются на базе трех действующих стандартов:

- «Государство для бизнеса»;
- «Государство для людей»;
- «Государство для внутреннего клиента».

В рамках вышеперечисленных стандартов происходят активное внедрение и реализация основных принципов клиентоцентричности, таких как эффективность и удобство предоставления услуг, постоянный мониторинг и повышение качества, открытость и прозрачность и др.

Федеральную таможенную службу (далее – ФТС) как одного из представителей органов исполнительной власти, имеющих статус службы, не могут не затрагивать происходящие изменения. Стратегические ориентиры развития лежат в плоскости решения проблем по улучшению сервисной составляющей таможенных органов и повышения качества таможенных услуг.

В соответствии с Распоряжением Правительства РФ от 23 мая 2020 г. была утверждена Стратегия развития таможенной службы до 2030 г. (далее – Стратегия). На основании документа устанавливаются целевые ориентиры, миссия ФТС, а также выделяются базовые принципы. Назовем некоторые из них:

- оптимизация и совершенствование таможенного администрирования;
- автоматизация и информатизация сквозных бизнес-процессов деятельности таможенной службы на основе передовых технологий;
- клиентоориентированность и бесконтактность.

Нельзя не отметить, что внедряемые стандарты клиентоцентричности имеют следующие направления:

- создание благоприятных условий для безопасного взаимодействия конечных потребителей (физических, юридических лиц и участников внешнеэкономической деятельности (далее – ВЭД) с государственными органами (обеспечение конфиденциальности информации и защита персональных данных);
- равный беспрепятственный доступ заинтересованных лиц к оказываемым таможенными органами государственными услугам;
- анализ удовлетворенности конечных потребителей услуг после ее оказания (по средствам получения обратной связи);
- внедрение новейших информационных технологий.

В соответствии со Стратегией целевые ориентиры и стандарты клиентоцентричности направлены на предоставление участникам ВЭД и заинтересованным гражданам таможенных услуг в том виде, в котором они являются наиболее актуальными и востребованными.

МАРКЕТИНГОВАЯ МОДЕЛЬ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА ТАМОЖЕННЫХ УСЛУГ

Для более глубокого понимания механизма предоставляемых услуг, выявления уязвимых мест и проблемных моментов при их оказании необходимо начать с понимания таких терминов, как «услуга», «государственная услуга», «государственная таможенная услуга».

Многими экспертами, такими как В.В. Макрусев, В.Ю. Дианова, М.В. Бойкова, А.С. Абрамов, уже достаточно широко были раскрыты данные термины. Проанализировав работы вышеперечисленных авторов, можно сделать вывод о том, что «услуга» – это конкретные действия, направленные на удовлетворение потребности гражданина, бизнеса или общества в целом.

Отличительной особенностью государственной услуги является то, что она реализуется конкретным федеральным органом исполнительной власти путем выполнения своих законных функций и установленных законом полномочий [2].

Что касается термина «государственная таможенная услуга», то в настоящее время не существует единого научного закрепленного понятия, однако исходя из анализа трудов вышеперечисленных авторов можно отметить, что таможенная услуга – это деятельность структурного подразделения таможенного органа (ФТС, региональные таможенные управления, таможни или таможенного поста) с целью удовлетворения потребности конкретного заявителя – участника ВЭД [3].

В сфере таможенных услуг особое внимание необходимо уделить также субъекту и целям оказания услуг (рис.1).



Примечание: СВХ – склад временного хранения

Составлено автором по материалам исследования

Рис. 1. Сфера таможенных услуг

На основе данных рис. 1 можно сделать вывод о том, что сфера таможенных услуг состоит из государственных некоммерческих услуг, оказываемых непосредственно таможенным органом (например, принятие предварительного решения о классификации товаров в соответствии с Единой Товарной нomenclатурой ВЭД Евразийского экономического союза (далее – ЕАЭС), консультирование по вопросам таможенного дела и иным вопросам, входящим в компетенцию таможенных органов и т.д.), и коммерческих таможенных услуг (расчет таможенными представителями необходимых таможенных платежей, услуги по перевозке товаров и т.д.).

Реализация клиентоориентированности основывается на повышении качества услуг, включая улучшение процесса их оказания за счет внедрения цифровых сервисов и применения маркетинговых инструментов [4].

Следует отметить, что маркетинг (от англ. marketing – «рыночная деятельность») – деятельность, направленная на сбор информации о потребностях потребителя, их анализ и разработку новых современных путей повышения ценности предоставляемых услуг и применяемая не только к сфере коммерческих услуг. Реализация концептуальных положений и методического инструментария маркетинга адекватна в качестве базы и для сектора государственных таможенных услуг.

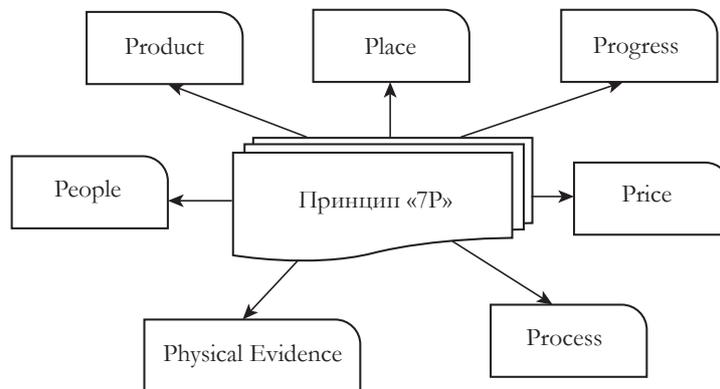
Основной принцип, используемый в маркетинге, называют принцип «4Р». Его суть заключается в том, что любая организация будет наиболее продуктивной и конкурентоспособной только при грамотном сочетании следующих компонентов:

- продукт (Product);
- место (Place);
- продвижение (Progress);
- цена (Price).

Говоря про сферу услуг, следует учитывать и другие компоненты:

- 1) человеческий фактор, так как услуга предусматривает постоянный контакт получателя с исполнителем конкретной услуги (компетентность, профессионализм и клиентоориентированность исполнителя будут естественным образом влиять на удовлетворение клиента качеством оказываемой услуги);
- 2) материально-техническое обеспечение при оказании услуги (данный компонент будет влиять на скорость, уникальность и ценность услуги), при этом цифровые сервисы существенно упрощают и ускоряют процесс;
- 3) сам процесс исполнения услуги.

Следовательно, для результативного формирования и развития сектора услуг целесообразно дополнить существующую модель и трансформировать ее в формат «7P». Маркетинговая модель качества таможенных услуг схематично представлена на рис. 2.



Примечание: Product – продукт, Place – место, Progress – продвижение, People – люди, Price – цена, Physical Evidence – физическое окружение, Process – процесс

Составлено автором по материалам исследования

Рис. 2 Маркетинговая модель качества таможенных услуг «7P»

В системе таможенных услуг каждый из вышеперечисленных компонентов также играет свою роль в процессе оказания услуг и формирует их качество.

В рамках настоящего исследования более подробно рассмотрена степень влияния компонента «Продвижение – Process» на удовлетворенность конечным потребителем полученным результатом на примере принятия таможенным органом решения относительно заявленной участником ВЭД таможенной стоимости товаров.

КОНТРОЛЬ ТАМОЖЕННОЙ СТОИМОСТИ ТОВАРОВ КАК НЕРЕГЛАМЕНТИРОВАННАЯ УСЛУГА ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНОВ

Одной из ключевых проблем в таможенном деле является проблема определения таможенной стоимости товаров. Таможенная стоимость товаров – цена, фактически уплаченная или подлежащая уплате, самостоятельно рассчитываемая в зависимости от условия внешнеторговой сделки участником ВЭД при подаче декларации на товары (далее – ДТ). Заявленная таможенная стоимость должна быть обоснована и документально подтверждена товаросопроводительными документами. Если ДТ не сопровождалась предоставлением документов, подтверждающими заявленные в ней сведения, в соответствии со ст. 325 Таможенного кодекса ЕАЭС (далее – ТК ЕАЭС) таможенный орган вправе запросить такие документы¹.

Важно обратить внимание на то, что действующая в настоящее время нормативно-правовая база содержит исчерпывающий перечень документов для запроса у участника ВЭД (расширенный список документов регламентируется также Решением Коллегии Евразийской экономической комиссии (далее – РК ЕЭС)

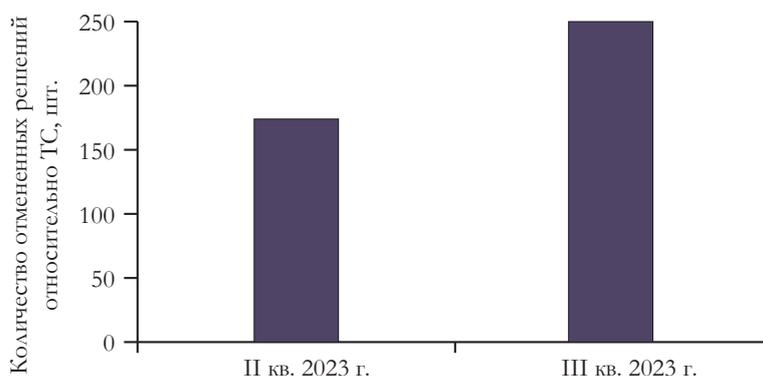
¹ Евразийский экономический союз. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза. Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_215315/ (дата обращения: 07.02.2024).

от 27 марта 2018 г. № 42)². Однако исходя из конкретной ситуации – характера сделки, условий поставки и др. – список запрашиваемых документов по ДТ определяется должностным лицом таможенного органа самостоятельно.

Для всестороннего изучения данного проблемного вопроса проанализируем также Постановление Пленума Верховного суда РФ от 26 ноября 2019 г. № 49, регламентирующее правомерность принятия решений, относительно таможенной стоимости декларируемых товаров. П. 13 документа гласит: «Непредставление декларантом документов, обосновывающих заявленную им таможенную стоимость товара, само по себе не может повлечь принятие таможенным органом решения о внесении изменений в сведения относительно таможенной стоимости (далее – ТС), если у декларанта имелись объективные препятствия к предоставлению запрошенных документов и соответствующие объяснения даны таможенному органу...»³.

Отсутствие обязательного нормативно-закрепленного перечня предоставляемых документов, а также пояснений относительно объективных препятствий к предоставлению запрошенных документов приводит к разногласию между участником ВЭД и таможенным органом, увеличению количества жалоб, судебных разбирательств и, как следствие, повышению коэффициента неудовлетворенности качеством оказываемых таможенных услуг конечным потребителем.

За истекший период 2023 г. доля отмененных решений относительно таможенной стоимости, вынесенных таможенными органами, увеличилась на 69,6 % [5]. На рис. 3 представлены данные по результатам анализа деятельности центра электронного декларирования Московского таможенного поста (Центра электронного декларирования) (далее – МТП ЦЭД).



Составлено автором по материалам источника⁴

Рис. 3. Количество отмененных решений относительно ТС

На основании анализа данных рис. 3 можно сделать вывод о том, что количество участников ВЭД, которые остались недовольны качеством оказываемых им таможенных услуг, увеличилось более чем в два раза, что является негативным фактором для сферы государственных таможенных услуг в целом.

Для устранения возникающих спорных ситуаций между таможенными органами и конечными потребителями услуг (участниками ВЭД) требуется проведение ряда организационно-методических мероприятий:

- 1) организовать процесс по гармонизации и регламентации обязательного перечня документов, предоставляемых для подтверждения сведений, относительно определенной и заявленной в ДТ таможенной стоимости;
- 2) установить требования к предоставляемым документам: читаемый текст при предоставлении сканированных копий документов; наличие печатей и подписей в двустороннем порядке; отсутствие подчисток и помарок на дополнительно предоставленных сканированных документах и т.д.;
- 3) разработать методику оценки качества таможенных услуг.

² Решение Коллегии Евразийской экономической комиссии от 27 марта 2018 г. № 42 «Об особенностях проведения таможенного контроля таможенной стоимости товаров, ввозимых на таможенную территорию Евразийского экономического союза». Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_294628/ (дата обращения: 07.02.2024).

³ Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 26 ноября 2019 г. № 49 «О некоторых вопросах, возникающих в судебной практике в связи с вступлением в силу Таможенного кодекса Евразийского экономического союза». Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_338711/ (дата обращения: 07.02.2024).

⁴ Федеральная таможенная служба. Обзор практики рассмотрения ФТС России жалоб на решения, действия (бездействие) таможенных органов в области таможенного дела. Режим доступа: <https://customs.gov.ru/folder/639/document/152710> (Дата обращения: 07.02.2024).

Данные меры будут способствовать упрощению процедуры принятия решения относительно заявленной таможенной стоимости товаров, сокращению временных издержек и, как следствие, повышению качества оказываемых таможенных услуг без уменьшения контроля со стороны таможенного органа.

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ТАМОЖЕННЫХ УСЛУГ (ФРАГМЕНТ)

Для минимизации вышеуказанной проблемы, а также повышения качества предоставляемых таможенных услуг целесообразно разработать методику оценки качества таможенных услуг, включающую специализированные показатели, показатели качества предоставляемых услуг (в соответствии с вышеуказанным примером будут приведены возможные варианты в разрезе подтверждения таможенной стоимости, определенной и заявленной участником ВЭД).

В рамках разработанной методики оценки качества таможенных услуг (в данном случае при подтверждении таможенной стоимости товаров) все показатели разделены по следующим направлениям:

- показатели эффективности таможенных услуг;
- показатели результативности таможенных услуг;
- показатели удовлетворенности конечного потребителя (участника ВЭД).

К первой группе показателей отнесены:

1) эффективность принятых таможенным органом положительных решений о корректировке сведений относительно таможенной стоимости, заявленной участником ВЭД:

$$E = \frac{Q - C}{Q} \cdot 100 \%, \quad (1)$$

где E (от англ. effective – «эффективный») – доля правомерных решений о корректировке таможенной стоимости, Q – общее количество решений о корректировке заявленной декларантом таможенной стоимости, принятых таможенным оформлением, C (от англ. cancel – «отмена») – количество отмененных решений о корректировке таможенной стоимости (по результатам рассмотрения жалоб со стороны участников ВЭД, в порядке ведомственного контроля и т.д.);

2) показатель, характеризующий количество неправомерно принятых решений относительно таможенной стоимости, заявленной декларантом:

$$A = 100\% - E, \quad (2)$$

где A (от англ. adjustment – «корректировка») – доля отмененных решений таможенных органов о корректировке таможенной стоимости товаров, E – доля правомерных решений о корректировке таможенной стоимости.

Ко второму направлению относится показатель эффективности проводимого таможенного контроля в форме проверки таможенных и/или иных документов или проверки сведений относительно таможенной стоимости:

$$D = \frac{S}{Q} \cdot 100 \%, \quad (3)$$

где D (от англ. declared – «декларируемый») – доля положительно принятых таможенным органом решений относительно правильности заявления декларантом сведений о таможенной стоимости товаров по декларациям, в отношении которых проводился документационный контроль, S (от англ. stated – «указанный») – количество деклараций на товары с положительно принятыми таможенным органом решениями относительно правильности заявления декларантом сведений о таможенной стоимости товаров с применением таможенного контроля в форме запроса документов и сведений, Q – общее количество деклараций на товары, в отношении которых проводился запрос дополнительных документов и данных для подтверждения сведений о таможенной стоимости товаров (в том числе декларации, выпущенные под обеспечение уплаты таможенных пошлин и налогов).

К третьему направлению относится показатель удовлетворенности конечного потребителя (участника ВЭД) по результатам оказания таможенной услуги:

$$P = Q \% a - N \%, \quad (4)$$

где P (от англ. positive – «позитивный») – количество участников ВЭД, положительно оценивающих результат оказания услуги таможенными органами, Q – общее количество участников ВЭД, обратившихся

в таможенный орган за услугой, N (от англ. negative – «негативный») – количество участников ВЭД, отрицательно оценивающих результат оказания услуги таможенными органами.

Использование в практике вышеперечисленных показателей будет способствовать достижению следующих целей:

- 1) проведение анализа принимаемых таможенными органами решений относительно таможенной стоимости товаров, заявленной декларантом;
- 2) определение процентного соотношения результативных и неправомερных решений, принимаемых таможенными органами;
- 3) оценка качества услуг, оказываемых таможенными органами участникам ВЭД (в разрезе подтверждения/корректировки сведений относительно таможенной стоимости товаров).

Каждое направление в данной методике более детально раскрывается путем дополнений в зависимости от вида услуг и специфики ее оказания в таможенных органах.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Качество таможенных услуг, оказываемых государственными органами, является не только главным ценностным ориентиром, определяющим статус государственного органа и его клиентоцентричность, но и условием содействия развитию внешнеэкономического сектора за счет внедрения современных технологий, методик и моделей. Сбор информации относительно динамики качества оказываемых таможенных услуг позволит разработать долгосрочную стратегию повышения их качества, что положительным образом повлияет на всю сферу внешнеторговой деятельности, а также позволит осуществлять эффективное управление и маркетинговый контроль.

Следует отметить, что в современных условиях система таможенных органов должна быстро и качественно разрабатывать и использовать современные методики и модели для эффективной адаптации к изменениям технологичной и рыночной среды. Все эти изменения позволяют повысить не только эффективность проводимого таможенного контроля, делая его незаметным для добросовестных участников внешнеэкономической деятельности и результативным для государства, но и качество предоставляемых таможенных услуг в сфере таможенного дела.

Список литературы

1. *Бойкова М.В.* К вопросу о формировании понятия «таможенное администрирование» в условиях международной интеграции. Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. 2014;4:8–13.
2. *Макрусев В.В.* Таможенные услуги: маркетинг, регламентирование, управление: учебник. М.: Проспект; 2021. 400 с.
3. *Абрамов А.С.* Механизм повышения эффективности и качества таможенных услуг в сквозном процессе таможенного контроля. Дисс. ... канд. экон. наук: 08.00.05. Люберцы: Российская таможенная академия; 2019. 191 с.
4. *Симахин О.Г.* Развитие системы управления государственными таможенными услугами на основе таможенного мониторинга. Дисс. ... канд. экон. наук: 08.00.05. Люберцы: Российская таможенная академия; 2011. 153 с.
5. *Ворона А.А., Максимов Ю.А.* Использование цифровых технологий и обеспечение информационной безопасности при взаимодействии таможни и бизнеса как фактор повышения качества таможенных услуг. Ученые записки Международного банковского института. 2018;4(26):96–106.

References

1. *Boykova M.V.* To the problem of forming the concept “customs administration” under the conditions of international integration. Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Economics. 2014;4:8–13. (In Russian).
2. *Makrusev V.V.* Customs services: Marketing, regulation, management. Moscow: Prospect; 2021. 400 p. (In Russian).
3. *Abramov A.S.* Mechanism of increasing the efficiency and quality of customs services in the customs control end-to-end process. Diss. ... Cand. Sci. (Econ.): 08.00.05. Lyubertsy: Russian Customs Academy; 2019. 191 p. (In Russian).
4. *Simakhin O.G.* State customs services management system development based on customs monitoring. Diss. ... Cand. Sci. (Econ.): 08.00.05. Lyubertsy: Russian Customs Academy; 2011. 153 p. (In Russian).
5. *Vorona A.A., Maximov Yu.A.* Using of digital technologies and ensuring of the information security in the context of customs authorities and business interaction as a factor of improving the quality of customs services. Proceedings of the International Banking Institute. 2018;4(26):96–106. (In Russian).