



**НАУЧНЫЙ
ФОРУМ**
nauchforum.ru

ISSN: 2541-8408



№3(58)

**НАУЧНЫЙ ФОРУМ:
ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ**

МОСКВА, 2022



НАУЧНЫЙ ФОРУМ: ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ

*Сборник статей по материалам LVIII международной
научно-практической конференции*

№ 3(58)
Март 2022 г.

Издается с ноября 2016 года

Москва
2022

УДК 33
ББК 65
НЗ4

Председатель редколлегии:

Лебедева Надежда Анатольевна – доктор философии в области культурологии, профессор философии Международной кадровой академии, г. Киев, член Евразийской Академии Телевидения и Радио.

Редакционная коллегия:

Илларионова Елена Александровна – канд.экон.наук, доц. кафедры менеджмента, Филиал АНОО ВО "Воронежский экономико-правовой институт", Россия, г. Старый Оскол;

Самойленко Ирина Сергеевна – канд. экон. наук, доц. кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна Российского Экономического Университета им. Г.В. Плеханова, Россия, г. Москва;

Комарова Оксана Викторовна – канд. экон. наук, доц. доц. кафедры политической экономики ФГБОУ ВО "Уральский государственный экономический университет", Россия, г. Екатеринбург.

НЗ4 Научный форум: Экономика и менеджмент: сб. ст. по материалам LVIII междунар. науч.-практ. конф. – № 3(58). – М.: Изд. «МЦНО», 2022. – 24 с.

ISSN 2541-8408

Статьи, принятые к публикации, размещаются на сайте научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU.

ISSN 2541-8408

ББК 65

© «МЦНО», 2022

Оглавление

1. Маркетинг	4
ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ УСЛУГ Федорова Алена Игоревна Рычкова Анжела Анатольевна	4
2. Менеджмент	10
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ АЭРОПОРТА (НА ПРИМЕРЕ АО «АЭРОПОРТ ЮЖНО-САХАЛИНСК») Чернов Даниил Сергеевич	10
3. Экономическая безопасность	16
ТАМОЖЕННЫЙ АУДИТ СЛУЖИТ ОБЕСПЕЧЕНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СТРАНЫ Маккамов Зокиржон Хусанбоевич	16

1. МАРКЕТИНГ

ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ УСЛУГ

Федорова Алена Игоревна

студент,

*Московской международной высшей школы бизнеса
МИРБИС (Институт),
РФ, г. Москва,*

Рычкова Анжела Анатольевна

канд. культурологии, доцент

*Московской международной высшей школы бизнеса
МИРБИС (Институт),
РФ, г. Москва*

THE SPECIFIC NATURE OF MARKETING ACTIVITIES IN THE SERVICE SECTOR

Alena Fedorova

Student

*of the Moscow International Business School MIRBIS (Institute),
Russia, Moscow*

Angela Rychkova

*Candidate of Cultural Studies, Associate Professor,
Moscow International Business School MIRBIS (Institute),
Russia, Moscow*

Аннотация. Актуальность исследования обусловлена интенсивным развитием сферы услуг в России и во всем мире.

В связи с этим, данная статья направлена на раскрытие инструментов, которые позволят оптимизировать затраты на покупателя в сфере услуг без ущерба для развития компании. В современных рыночных условиях высокой конкуренции для каждой компании жизненно необходимо регулярно проводить исследования, работать с целевой аудиторией и

совершенствовать систему продаж. Основной проблемой для компании может стать оптимизация финансовых и временных затрат на привлечение клиента таким образом, чтобы при этом увеличивалась прибыль предприятия.

Ведущим методом к исследованию данной проблемы является сравнение, позволяющее комплексно рассмотреть аспекты влияющие на стоимость привлечения покупателя в сфере услуг.

В статье представлены результаты исследований выборки потенциальных клиентов услуги проката лошадей в конном клубе, на основании которых можно сделать вывод о способах оптимизации затрат на привлечение покупателя в сфере услуг.

Материалы статьи представляют практическую ценность для маркетологов, работающих в сфере услуг.

Abstract. The relevance of this study is due to an intensive development of the service sector in Russia and around the world.

In this regard, this article is aimed at disclosing tools for optimising the costs for the buyer acquisition in the service sector without compromising the development of the company. In today's highly competitive market conditions, it is vital for every company to conduct research continuously, work with the target audience and improve the purchase system. One of the main problems that every company faces is the optimisation of financial and time resources for the costumer acquisition in order to increase the profits of the enterprise.

The leading approach to this problem is the market research (price comparison), allowing the complex and comprehensive overview on factors influencing the cost of costumer acquisition in the service industry (B2C).

The article presents the results of research on a sample of clients of the horse rental service in the equestrian club. Based on this data, the methods of the cost optimisation for the costumer acquisition in the service sector were discussed.

The materials of the present article are of practical value for marketing specialists working in the service sector.

Ключевые слова: маркетинговая деятельность; сфера услуг; маркетинг услуг.

Keywords: marketing activities, services; marketing services.

Введение

Изучение маркетинговой деятельности в сфере услуг имеет важное значение в современном мире, так как в развитых странах до 65% ВВП населения приходится на сферу услуг. [Новаторов Э.В. 2015, 18-19]

Раскрывая особенности маркетинговой деятельности в сфере услуг, сначала следует дать определение понятиям, содержащимся в данной теме. Услуга – это определенная деятельность, которая удовлетворяет эмоциональные или иные потребности потребителя данной услуги [Липсиц И.В. 2021, 9].

Маркетинг в сфере услуг – это деятельность организации, направленная на удовлетворение потребностей потребителя и получение прибыли в условиях конкуренции [Новаторов Э.В. 2015, 19].

Основная задача маркетинговой деятельности – это донесение ценностей предоставляемой услуги до потребителя [Божук С.Г. 2021, 11]. Для донесения ценностей используются различные маркетинговые каналы и инструменты, требующие денежных и временных затрат [Наумов В.Н. 2020, 350]. У каждого клиента с точки зрения продавца есть ценность, получаемая суммой различных стоимостных вкладов клиента для достижения монетарных целей продавца. Задачей специалистов в сфере маркетинговой деятельности является повышение стоимостных вкладов клиента и оптимизация различных затрат на каждого потенциального покупателя [Карпова С.В. 2021, 181].

В данной статье мы рассмотрим способы оптимизации денежных временных затрат на каждого потенциального покупателя с помощью определенного метода исследования.

Материалы и методы

Для изучения оптимизации денежных и временных затрат на каждого потенциального покупателя мы используем метод исследования - сравнение. Этот метод наиболее подходящий в данном исследовании, так как для реализации нашей задачи - оптимизация затрат на каждого потенциального покупателя – мы должны сравнивать и выбирать наиболее выгодные для компании стратегии коммуникации с потенциальными клиентами. Исследование проводилось маркетинговым отделом Конного Клуба «Галактика» в феврале 2022 в городе Люберцы, Московская область. Сравнение проводилось на потенциальных клиентах, желающих получить услугу – прокат лошадей в конном клубе. В исследовании приняли участие 100 потенциальных клиентов конного клуба, которые оставили заявку на прокат лошадей в мессенджере. Для сравнения нам понадобится ввести термин «конверсия» - это показатель, отражающий количество клиентов, купивших услугу после консультации с менеджером из всех потенциальных клиентов, интересовавшихся услугой, выраженный в процентах [Егоров Ю.Н. 2021, 125-127]. Также нам понадобится ввести термин «открытый вопрос» - это вопрос, который требует развернутого ответа. [Карасев А.П. 2021, 181]. В исследовании коммуникаций с потенциальными клиентами в мессенджере

нас интересует зависимость показателя конверсии в покупку от времени ожидания ответов менеджера потенциальным клиентам в мессенджерах во время консультации по услуге и зависимость показателя конверсии в покупку от количества заданных открытых вопросов от менеджера потенциальным клиентам при бронировании услуги.

В таблице 1 представлена зависимость показателя конверсии в покупку от времени ожидания ответов менеджера потенциальным клиентам в мессенджерах во время консультации по услуге.

В таблице 2 представлена зависимость показателя конверсии в покупку от количества заданных открытых вопросов от менеджера потенциальным клиентам при бронировании услуги.

Результаты

Таблица 1.

Зависимость показателя конверсии в покупку от времени ожидания ответов менеджера потенциальным клиентам в мессенджерах во время консультации по услуге

Время ожидания ответов менеджера потенциальным клиентам	Показатель конверсии
До 5 минут	11%
От 5 до 10 минут	5%
От 10 до 20 минут	4,5%
Более 20 минут	<3%

Источник данных в таблице – описанное выше исследование в «Материалы и методы».

Вывод из таблицы 1: показатели конверсии напрямую зависят от времени ожидания ответов менеджера потенциальным клиентам.

Таблица 2.

Зависимость показателя конверсии в покупку от количества заданных открытых вопросов от менеджера потенциальным клиентам при бронировании услуги

Количество заданных открытых вопросов от менеджера потенциальным клиентам	Показатель конверсии
0	4,5%
1	8%
2	9%

Источник данных в таблице – описанное выше исследование в «Материалы и методы».

Вывод из таблицы 2: показатели конверсии напрямую зависят от количества заданных открытых вопросов от менеджера потенциальным клиентам.

Обсуждения

Исходя из вывода из таблицы 1 – мы можем предположить, что интерес потенциального клиента к услуге теряется со временем ожидания. Самый хороший результат конверсии показало ожидание ответа до 5 минут – 11%. Разница между ожиданием ответа от 5 до 10 минут и 10 до 20 минут оказалась небольшой – всего лишь 0,5%. Соответственно, уровень интереса к услуге на данном временном интервале примерно одинаковый. Самый низкий показатель конверсии оказался при времени ожидания ответа более 20 минут – менее 3%.

Исходя из вывода из таблицы 2 – мы можем предположить, что интерес потенциального клиента к услуге нарастает с количеством заданных открытых вопросов. Самый высокий показатель конверсии мы увидели при двух заданных открытых вопросах клиентам – 9%. Показатель конверсии при одном заданном открытом вопросе составил – 8% - разница оказалось всего лишь в 1%. И показатель конверсии при 0 заданных открытых вопросов в два раза меньше, чем в первом случае – всего лишь 4,5%.

Изучением вопроса маркетинга в сфере услуг так же занимались исследователи - Русскова Дарья Олеговна и Писарева Екатерина Владимировна в своей научной работе «РОЛЬ МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ УСЛУГ» (РИНХ, июнь 2018 года). Они поднимали тему роли применения маркетинговых инструментов в данной сфере.

В представленной статье рассмотрен аспект зависимости показателей конверсии в продажу услуги от применения маркетинговых инструментов работы с потенциальными клиентами. Зависимость показателя конверсии от ожидания ответа менеджера потенциальному клиенту и зависимость показателя конверсии от количества заданных открытых вопросов от менеджера клиенту ранее не рассматривались в научных трудах.

Заключение

В заключение можно сделать вывод о том, что важнейшим аспектом оптимизации затрат на привлечение клиентов с помощью маркетинговой деятельности в сфере услуг является работа с потенциальным клиентом, которая не позволит потерять интерес потенциального покупателя во время консультации по определенной услуге. Комплексно подходу к вопросу о работе с приобретателями услуг, специалисты в области

маркетинговой деятельности в данной сфере смогут повышать качество оказываемых услуг и диктовать «условия рынка», зарождавать полезную для потребителя конкуренцию между компаниями.

Список литературы:

1. Божук С.Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С.Г. Божук. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 11-15 с.
2. Егоров Ю.Н. Основы маркетинга : учебник / Ю.Н. Егоров. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 292 с.
3. Карасев А.П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А.П. Карасев. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 315 с.
4. Карпова С.В. Маркетинговый анализ. Теория и практика : учебное пособие для вузов / С.В. Карпова, С.В. Мхитарян, В.Н. Русин ; под общей редакцией С.В. Карповой. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 181 с.
5. Липсиц И.В. Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов / – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 379 с.
6. Наумов В.Н. Стратегический маркетинг : учебник / В.Н. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 356 с.
7. Новаторов Э.В., Маркетинг услуг: теория и технология // Санкт-Петербург, 2015, с. 18-19 с.
8. Соловьев Б.А. Маркетинг // НИЦ ИНФРА-М, 2020. С. 32.
9. Сайбель Н.Ю., Сайбель Я.В. Развитие интернет-торговли в России: преимущества и недостатки // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – № 10 (октябрь). – С. 107–112 с.
10. Тультаев Т.А. Маркетинг услуг : учебник / Т.А. Тультаев. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 208 с.

2. МЕНЕДЖМЕНТ

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ АЭРОПОРТА (НА ПРИМЕРЕ АО «АЭРОПОРТ ЮЖНО-САХАЛИНСК»)

Чернов Даниил Сергеевич

студент,
Санкт-Петербургский государственный университет
Гражданской Авиации,
Высшая школа аэронавигации,
РФ, г. Санкт-Петербург

Аннотация. Цель научной статьи: решение профессиональных задач в области управления кадровой и социальной политикой на воздушном транспорте. Рассматриваемые мероприятия научной работы в виде построения стратегий развития аэропорта позволят усовершенствовать все имеющиеся виды оказываемых аэропортовых услуг, выводя их на совершенно новый, иной уровень, тем самым придав аэропорту Южно-Сахалинск лидирующий статус среди аэропортов Дальнего Востока.

Ключевые слова: транспорт; стратегия развития; управление кадрами; авиация; управленческие решения; Южно-Сахалинск; аэропорт; Дальний Восток; Российская Федерация; Хабаровск; Сахалинская область; аэропортовая инфраструктура; воздушный транспорт; кадровая политика; социальная стратегия; Владивосток.

Общие сведения об АО «Аэропорт Южно-Сахалинск»

На долю 50 ведущих аэропортов приходится 94,9% всего количества пассажиров, обслуженных через аэропорты Российской Федерации в 2019 г.

В 2019 г. Аэропорт Южно-Сахалинск обслужил 985 211 пассажиров и по итогам года занял 26 место в рейтинге российских аэропортов по этому показателю (в 2018 г. – 942 730 пассажиров, 25 место).

В период 2000-2017 гг. пассажирооборот аэропорта Южно-Сахалинск (Хомутово) увеличивался в среднем на 7,4 % в год, в 1,3 раза отставая от суммарных темпов роста 50 крупнейших аэропортов Российской Федерации (9,7 % за аналогичный период).

Результатом отставания от общеотраслевой динамики стало незначительное снижение рыночной доли аэропорта Южно-Сахалинск в 1,4 раза с 0,82 % в 2000 г. До 0,58 % в 2017 г.

Наличие стабильно работающего базового перевозчика (авиакомпания «Аврора», входящей в Группу «Аэрофлот») позволило аэропорту Южно-Сахалинск (Хомутово) без спада пассажирообмена пройти кризис 2015-2016 гг. даже на фоне падения аналогичного показателя аэропортов Владивосток (на 11 %) и Хабаровск (на 6 %) в 2015 г.

Сравнение среднегодовых темпов роста пассажирообмена аэропортов Дальневосточного и Сибирского федеральных округов в 2001-2019 гг. показывает, что пассажирские перевозки в/из Южно-Сахалинска в предыдущие 19 лет развивались быстрее, чем в среднем по рассматриваемому макрорегиону. Уступая региональному лидеру – аэропорту Владивостока всего 1,3 процентных пункта, Южно-Сахалинск по темпам роста пассажирообмена опережает все остальные крупные аэропорты региона, включая Хабаровск

Вместе с тем, консервативная политика авиакомпании «Аврора» в отношении развития парка воздушных судов и собственной маршрутной сети одновременно является и сдерживающим фактором.

В связи с этим, необходимо активное привлечение в аэропорт и других авиакомпаний, в том числе международных.

Основу пассажирских перевозок аэропорта Южно-Сахалинск составляют внутренние перевозки, доля которых по итогам 2019 г. составила 88,4% (ожд. 2018 г. – 89,4 %). 98 % внутренних перевозок в 2017 г. Было выполнено на регулярных рейсах.

Доля волатильного и высокоэластичного по цене сегмента чартерных туристических перевозок в течение 2015-2018 гг. не превышает 5 %, что, с одной стороны, обеспечивает устойчивость пассажирообмена аэропорта к резким изменениям макроэкономической среды, с другой – представляет собой резерв дальнейшего роста маршрутной сети аэропорта.

Анализ структуры пассажирообмена аэропортов Дальневосточного ФО и ведущих аэропортов федерального уровня показывает прямую зависимость объемов работы аэропортов от наличия развитой сети международных маршрутов.

При этом такая зависимость имеет степенной характер, имеющий очевидное объяснение: развитие сети международных линий приводит к увеличению количества транспортных связей и возникновению синергетического сетевого эффекта. В региональных условиях это вызывает ускоренное по сравнению с аэропортами-конкурентами мультипликативное образование фидерных связей для обслуживания транзитных и трансферных пассажиропотоков, следующих из/в зарубежные страны.

В структуре пассажиропотоков через крупнейшие аэропорты Дальневосточного ФО доля международных перевозок составляет от 15 % до почти 40%, и в этом отношении аэропорт Южно-Сахалинск находится на общеотраслевом тренде, однако одной из стратегических задач аэропорта должно являться повышение в структуре международных перевозок доли регулярных рейсов, в большей степени ориентирующихся на обслуживание деловых пассажиров, самостоятельных туристов, а также пассажиров, путешествующих в личных целях.

Преобладание регулярных рейсов позволит в перспективе создать маршрутную сеть, более устойчивую к негативному изменению макроэкономических трендов за счет возникновения внутрисетевых трансферных и транзитных пассажиропотоков.

Пример гражданской авиации Российской Федерации в 2015-2016 гг. показывает, что высокая доля чартерных рейсов может приводить к значительным единовременным падениям пассажирообмена аэропорта.

Теоретические аспекты разработки стратегии развития аэропорта Южно-Сахалинск

Воздушный транспорт в Сахалинской области, в силу географического расположения, обеспечивает более 90% объёма пассажирских перевозок за пределы области и обратно.

Внутри Сахалинской области воздушным транспортом также осуществляется доставка пассажиров в труднодоступные местности, в том числе на Курильские острова.

Стратегической целью развития АО «Аэропорт Южно-Сахалинск» на перспективу является рост доступности авиатранспортных перевозок, всесторонняя модернизация аэропортовой инфраструктуры, достижение качественно нового уровня обслуживания воздушных судов, пассажиров, груза и багажа, а также формирование необходимого для этого производственного, кадрового и экономического потенциала.

Реализация мероприятий по расширению аэропортовой сети, координации деятельности из единого центра, повышение качества предоставляемых услуг и снижение издержек, будут направлены на достижение стратегических целей развития, привлечение дополнительного пассажиропотока и обеспечение финансовой стабильности предприятия.

Основные направления модернизации аэропортовой инфраструктуры:

- завершение работ по реконструкции перрона и мест стоянок в аэропорту «Южно-Сахалинск» (Хомутово);
- начало работ по строительству новой ИВПП по II категории ИКАО;

- строительство посадочной площадки на о. Парамушир;
- строительство нового здания аэровокзала в аэропорту города Южно-Сахалинск;
- реконструкция аэропорта Оха;
- обновление парка аэродромной спецтехники с учетом увеличения площадей искусственных покрытий и изменения технологии содержания искусственных покрытий летного поля в аэропортах Южно-Сахалинск, Оха, Ноглики и Шахтерск;
- внедрение информационных технологий и производственных систем, обеспечивающих высокий уровень эффективности и качества аэропортовых услуг;
- ремонт и модернизация производственно-технической базы в аэропортах города Южно-Сахалинск, Оха, Ноглики и Шахтерск;
- модернизация и развитие систем, направленных на повышение уровня авиационной и транспортной безопасности.

Направления повышения уровня безопасности:

- повышение уровня безопасности полетов;
- повышение уровня авиационной и транспортной безопасности.

Направления повышения экономической эффективности:

- приведение комплекса неавиационных услуг в соответствие с потенциальным спросом со стороны пассажиров и стандартами международных аэропортов;
 - увеличение отдачи от переданного в аренду имущества предприятия, создание новых объектов инфраструктуры, в том числе для сдачи в аренду, с целью увеличения доходов;
 - оптимизация использования производственных ресурсов;
 - внедрение ресурсосберегающих и энергосберегающих технологий;
 - совершенствование тарифной политики;
 - совершенствование системы управления персоналом;
 - совершенствование систем бизнес-планирования и бюджетирования;
 - внедрение информационных систем управления.
- Разработка и реализация экологической стратегии:
- разработка и реализация экологической стратегии предприятия, предусматривающей разработку систем мероприятий по решению природоохранных проблем, направленных на;
 - рациональное использование всех видов ресурсов;
 - ограничение объемов выбросов;
 - сокращение количества отходов;
 - сокращение экологических потенциалов риска.

Разработка и реализация социальной стратегии:

Разработка и реализация социальной стратегии предприятия, предполагающей обоснование и разработку программы мероприятий для обеспечения нормального хода процесса воспроизводства рабочей силы на предприятии и сохранения благоприятного микроклимата в коллективе.

В качестве основных компонентов социальной стратегии предприятия рассматриваются:

- стратегия развития кадрового потенциала предприятия;
- базовая социальная стратегия предприятия;
- социальная защищенность работников предприятия;
- совершенствование системы мотивации персонала;
- внедрение принципов «бережливого производства».

Заключение

Аэропорт Южно-Сахалинск уверенно занимает третье место среди аэропортов Дальнего Востока (после аэропорта Владивосток и аэропорта Хабаровск) по пассажирообмену и пятое место среди аэропортов Дальнего Востока по объему перевозок грузов и почты.

Поддержание данного уровня аэропорту Южно-Сахалинск способствует развитая инфраструктура предприятия, большой круг осуществляемых авиационных услуг и неавиационных видов деятельности.

Предлагаемые мероприятия в виде построения стратегий развития аэропорта позволят усовершенствовать все имеющиеся виды оказываемых аэропортовых услуг, выводя их на совершенно новый, иной уровень, тем самым придав аэропорту Южно-Сахалинск лидирующий статус среди аэропортов Дальнего Востока.

Вложения в человеческие ресурсы и кадровую работу становятся долгосрочным фактором конкурентоспособности и выживания.

Для достижения успеха на рынке компании должны располагать стабильным персоналом.

Управление кадрами в рамках предприятия имеет стратегический и оперативный аспекты.

Организация управления персоналом вырабатывается на основе концепции развития предприятия, состоящей из трех частей: производственной; финансово-экономической; социальной (кадровая политика).

Качество принятия управленческих решений и, тем самым качество подготовки управленческих кадров организации несет не просто большое значение – это основа стратегии развития кадровой политики, и это цена успеха.

Список литературы:

1. Майкл Ковени, Деннис Гэнстер, Брайан Хартлен, Дейв Кинг. «Стратегический разрыв: Технологии воплощения корпоративной стратегии в жизнь» / Пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2004.
2. Артюнова Д.В. «Стратегический менеджмент»: учеб. пособие: Таганрог, издательство ТТИ ЮФУ, 2010.
3. Маслов Е.В. Управление персоналом предприятия: Учеб. пособие / Под ред. П.В. Шеметова. - М.: ИНФРА-М, 2009.
4. Официальный сайт АО «Аэропорт Южно-Сахалинск» / Раскрытие информации [Электронный ресурс] URL: <https://airportus.ru/> (дата обращения 21.02.2022).

3. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

ТАМОЖЕННЫЙ АУДИТ СЛУЖИТ ОБЕСПЕЧЕНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СТРАНЫ

Маккамов Зокиржон Хусанбоевич

*преподаватель Таможенного института
Государственного таможенного комитета
Республика Узбекистан, г. Ташкент*

THE ROLE OF THE AUDIT OF CUSTOMS PAYMENTS IN IMPROVING THE EFFECTIVENESS OF THE FIGHT AGAINST THE SHADOW ECONOMY

Zokirjon Makkamov

*Lecturer at the Customs Institute
State Customs Committee
Republic of Uzbekistan, Tashkent*

Аннотация. В статье изучается роль таможенного аудита по борьбе с таким феноменом как “теневая экономика”. В ней также описывается текущее состояние посттаможенного контроля в Республике Узбекистан, необходимость внедрения таможенного аудита как решения проблем, международные стандарты его организации и практика развитых стран, экономия времени и средств на таможенное оформление за счет таможенного аудита и таможенных платежей, изучены вопросы урегулирования задолженности.

Abstract. The article examines the role of customs audit in the fight against such a phenomenon as the "shadow economy." It also has describe the current state of post-customs control in the Republic of Uzbekistan, the need to introduce customs audit as a solution to problems, international standards for its organization and the practice of developed countries, saving time and money for customs clearance through customs audit and customs payments, and studying the issues of debt settlement.

Ключевые слова: теневая экономика; неформальный сектор; государственное регулирование; посттаможенный контроль; система управления рисками; таможенный аудит; таможенная стоимость; задолженность по таможенным пошлинам; теневая экономика.

Keywords: shadow economy; informal sector; government regulation; post-customs control; risk management system; customs audit; customs value; arrears of customs duties.

Общеизвестно, что в условиях рыночной экономики, главной задачей государства является обеспечение устойчивых темпов экономического роста, повышение уровня жизни населения, создание максимально благоприятных условий для осуществления экономической деятельности, а также обеспечение стабильного поступления денежных средств в бюджет, что необходимо для выполнения государством своих функций.

Однако, имеется ряд факторов, который ставят под угрозу нормальное функционирование экономики. К числу таких факторов, относится теневая экономика, которая возникает в следствии неэффективной фискальной и денежно-кредитной политики, непрозрачности системы налогового администрирования, чрезмерной налоговой нагрузки и загромождения некоторых видов предпринимательской деятельности.

Под теневой экономикой понимается экономическая деятельность физических и юридических лиц, которая не контролируется и не учитывается компетентными государственными органами. Это сложное социально-экономическое явление, которое охватывает многие аспекты общественных и общественно-экономических отношений.

Теневая экономика представляет собой часть экономики, которая не поддается регулированию и/или наблюдению со стороны государственных органов и часто неблагоприятно отражается на развитии экономики. В условиях большой доли теневой экономики снижается эффективность политики регулирования. Кроме того, налоговая и регулятивная нагрузка падает на официальную часть экономики в виде высоких ставок налогов и избыточных механизмов регулирования, что повышает издержки пребывания в формальном секторе и дальше провоцирует рост теневого сектора [10].

Сложность феномена теневой экономики объясняется тем, что с одной стороны, теневая экономика параллельно функционирует с официальной (белой) экономикой и является ее составной частью, что усложняет процесс определения грани между ними. С другой стороны, теневая экономика иногда не рассматривается исключительно как экономическая проблема, которую необходимо решать, устраняя ее симптомы с помощью более высоких штрафов и ужесточения контроля, а требует

разработку политических мер, которые должны соответствовать уровню развития страны на данном этапе.

Руководство нашей республики в рамках стратегии борьбы со скрытой экономикой в таможенной сфере уделяет особое внимание вопросам дальнейшего упрощения таможенных процедур, эффективной борьбы с незаконным импортом контрафактной продукции, а также обеспечения полноты и своевременности поступления таможенных платежей в государственный бюджет. В реализации вышеназванных задач особое место отводится институту таможенного аудита, который впервые внедряется в отечественной практике таможенного контроля. А внедрение аудита таможенных платежей, как одного из приоритетов таможенного аудита, будет способствовать не только отказу от всеобщего таможенного контроля, но и обеспечению полноты и своевременности поступления в бюджет таможенных платежей, а также пресечению попыток уклонения от их уплаты.

Так, с 2019 года в Республике Узбекистан отменен всеобъемлющий таможенный контроль за товарами и транспортными средствами, перемещающимися через таможенную границу, и внедрена практика проведения таможенного контроля на основе 4 профилей риска, т.е. с разделением их на красный, желтый, синий и зеленые коридоры.

Согласно новому порядку, применение некоторых форм таможенного контроля в процессе таможенного оформления товаров и транспортных средств с высоким уровнем риска или случайно выявленных товаров осуществляются в «красном коридоре», а товары и транспортные средства со средним уровнем риска или выявленные при случайном выборе, направляются в «желтый коридор», где осуществляется только документальный контроль.

Если в «синем коридоре» формы таможенного контроля для товаров, определенных по степени риска, осуществляются после их выпуска, а в «зеленом коридоре» товары и транспортные средства с низким уровнем риска вывозятся без использования каких-либо форм таможенного контроля. В результате время и ресурсы, затрачиваемые предпринимателями на таможенное оформление, значительно сокращаются.

Вместе с тем, в начале текущего года глава нашего государства, отмечая, что из года в год растет внешнеторговый оборот страны, поставил задачу по налаживанию системы проведения таможенного контроля не на границе, а до прибытия грузов на границу или после выпуска их в обращение, в частности, в случае невозможности оперативного определения таможенной стоимости товаров, предприниматель осуществляет платеж и в тот же день забирает свой товар, а разницу в платежах уплачивает уже после того, как будет внесена ясность [1].

Учитывая вышеизложенное, следует отметить, что применяются практические меры по внесению понятия «таможенный аудит» и связанные с ним нормы в Таможенный Кодекс Республики Узбекистан.

Также следует отметить, что термин «таможенный аудит» уже на протяжении нескольких лет широко применяется в практике развитых зарубежных стран. В качестве его правовой основы выступает Киотская конвенция – международная Конвенция «Об упрощении и гармонизации таможенных процедур», которая была заключена в Киото 18 мая 1973 года (новая редакция от 1999 года). В стандарте 6.6 Конвенции указывается, что «таможенный контроль включает в себя контроль, основанный на методах аудита», поэтому в настоящее время таможенные органы большинства стран переходят к таможенному аудиту, который проводится после пересечения товаров границы, при сохранении целевых и выборочных проверок на пограничных таможенных постах.

Согласно определению Всемирной таможенной организации, таможенный контроль после выпуска товаров методами аудита (post-clearance audit) - это процесс, который позволяет сотрудникам таможенной службы осуществлять проверку подлинности деклараций путем изучения документов физических и юридических лиц, прямо или косвенно участвующих во внешней торговле, бизнес-систем и документов, связанных со всей таможенной и коммерческой информацией [2].

В странах Европейского Союза таможенный контроль, применяемый с использованием методов аудита (post-clearance audit) определен в качестве одного из направлений совершенствования системы таможенного администрирования [3].

В Японии упрощение таможенных процедур и таможенного контроля путем использования методов аудита, считается действенным инструментом предотвращения нарушения закона и мошенничества [5].

В Канаде процесс таможенного аудита называется “контроль посттаможенного оформления” (Post-Release Verification). Он являясь механизмом таможенного контроля, считается контролем, определяющим через систему управления рисками, что имеет стратегическое значение. Данный вид проверки воплощает в себе широкий спектр проверок, однако основное внимание будет направлено на классификацию таможенных тарифов, таможенный режим, страну происхождения товаров и таможенную стоимость.

В рейтинге Всемирного банка «Ведение бизнеса» (Doing Business), наша страна входит в число 20 стран мира, в которых за последний год было проведено больше всего реформ, направленных на облегчение ведения бизнеса, в котором особо отмечалось полное внедрение в 2019 году системы управления рисками в таможенных органах [5].

Однако, в статье 7.5 Соглашения Всемирной торговой организации от 2014 года «Об упрощении торговых процедур» [6], указаны требования государствам-членам ВТО о необходимости внедрения ими таможенного аудита в целях совершенствования таможенного администрирования.

Техническое руководство, выпущенное Конференцией ООН по торговле и развитию в 2011 году, предлагает ускорить выпуск товаров в свободное обращение или сократить время контроля за счет ведения таможенного аудита.

Вышеназванная директива ООН также предполагает, что таможенный аудит способствует снижению стоимости страхования, складирования и других расходов на товары, а также является более эффективным средством таможенного контроля товаров.

Система динамической проверки после выпуска товаров, позволяет таможенным органам использовать возможность по мере необходимости изменения или обновления различных программ в режиме, в том числе позволяет использовать возможность адаптации как части режима проверки стратегий оценки рисков.

В «Рекомендациях, касающихся имплементации аудита посттаможенного оформления» Всемирной таможенной организации [7] приводятся следующие преимущества посттаможенного аудита:

- упрощаются торговые процедуры во время таможенного оформления за счет сокращения пограничного контроля;
- помогает оценивать уровень риска;
- позволяет выявить риски и недостатки в системе торговли в результате посещения помещений;
- способствует более эффективному использованию ресурсов таможенного администрирования;
- выявление мошенничества сотрудником отдела таможенного оформления предприятия, защищает предприятие от будущих рисков;
- позволяет оценить право на получение статуса уполномоченного экономического оператора.

Выбор объекта аудита обычно осуществляется системой анализа рисков. Выбор должен осуществляться на основе оценки рисков и **для аудита должны учитываться человеческие ресурсы**. Группа анализа рисков предоставляет или предлагает план группе, которая будет проводить аудит. Очень важно, чтобы результаты аудита передавались после проверки группе анализа рисков. Данные сведения помогают определить необходимость проведения второго и последующего аудита.

Как показывает анализ показателей внешней торговли нашей страны за 2019-2020 годы, в Узбекистане среднее время, расходуемое на проведение пограничного и таможенного контроля при экспорте снижено с 112 часов в 2019 году до 32 часов в 2020 году, остальные показатели не изменились. В направлении импорта, среднее время на оформление документов снижено с 174 часов в 2019 году до 150 часов в 2020 году или на 14%, а расходы сократились с 292 долларов США до 242 долларов США, или на 17% [8].

В рейтинге внешней торговли учитываются 2 основных индикатора: время прохождения таможенного оформления и затраченные на это средства. Учитывая эти факторы, в целях реформирования таможенного администрирования, дальнейшего совершенствования и повышения эффективности деятельности таможенных органов, формирования «цифровой таможни, а также имплементации международных норм и стандартов к национальному законодательству подписан Указ Президента Республики Узбекистан 5 июня 2020 года за № 6005 «О реформировании таможенного администрирования и совершенствовании деятельности органов государственной таможенной службы Республики Узбекистан». Согласно этому Указу, была поставлена задача – внедрение в будущем в таможенных органах института таможенного аудита, предусматривающего проведения таможенного контроля после выпуска товаров.

Если рассматривать определение Таможенного аудита, по мнению Луневой Е.П. (2003): «Таможенный аудит – комплекс взаимосвязанных мероприятий, осуществляемых таможенными органами с целью проведения проверок деятельности участников ВЭД после завершения таможенного оформления; хозяйствующих субъектов, прямо или косвенно имеющих отношение к товарам и транспортным средствам, перемещаемым через таможенную границу в целях обеспечения соблюдения законодательства и международных договоров» [9].

Исходя из задач, поставленных перед таможенными органами на сегодняшний день, можно дать следующее определение понятию «таможенный аудит»: «Таможенный аудит представляет собой процесс изучения таможенными органами соблюдения участниками внешней экономической деятельности таможенного законодательства в процессе таможенного оформления на основе бухгалтерских книг, отчетов и других документов, связанных с перемещением товаров и транспортных средств после их таможенного оформления».

В заключении хотелось бы отметить, что вопросы реформирования таможенного администрирования в Узбекистане, дальнейшего

совершенствования и повышения эффективности деятельности таможенных органов, формирования «цифровой таможни» и трансграничной безбумажной торговли, а также имплементация международных норм и стандартов к национальному законодательству, в том числе путем внедрения таможенного аудита, будут способствовать не только упрощению внешнеторговых процедур, но и сыграют значимую роль в повышении эффективности борьбы со скрытой экономикой.

Список литературы:

1. Проанализированы проблемы и определены актуальные задачи в сфере внешней торговли. 05.02.2020 г. <http://uza.uz/ru/politics/proanalizirovany-problemy-i-opredeleny-aktualnye-zadachi-v-s-05-02-2020>
2. Kazunari Igarashi (World Customs Organization). Post-Clearance Audit. // Seminar on Risk Management and Post-Entry Audit, Shenzhen, People's Republic of China. - June 7-10, 2005.
3. European Commission website.<http://ec.europa.eu/taxationcustoms/customs/customscontrols/riskmanagement/implementing/indexen.htm#Audit>
4. Trade Facilitation: Technical Assistance Activities of Japan. // WCO.- TN/TF/W/52.- 06.07. 2005
5. “Ўзбекистон энг ислохотчи ТОП-20 давлатлар ичида”. Официальный сайт Национального информационного агентства Узбекистана (УЗА) <https://uza.uz/uz/society/-zbekiston-eng-islo-otchi-top-20-davlatlar-ichida-28-09-2019>
6. Trade Facilitation Agreement. <https://www.tfafacility.org/trade-facilitation-agreement-facility>
7. GUIDELINES FOR POST-CLEARANCE AUDIT (PCA) VOLUME http://www.wcoomd.org/-/media/wco/public/global/pdf/topics/key-issues/ revenue-package/pca_guidelines_vol1.pdf?la=en
8. Всемирный Банк. DOINGBUSINESS - Оценка Бизнес Регулирования. <http://www.doingbusiness.org/ru/reforms/overview/ topic/trading-across-borders#>
9. Лунева Е.П. Методические и организационные основы таможенного аудита экспортно-импортных операций участников внешнеэкономической деятельности: Монография / Под общей редакцией докт. экон. наук, профессора Л.А.Поповой. - М.: РИО РТА, 2003.
10. <https://review.uz/ru/post/vzov-tenevoy-ekonomiki>

ДЛЯ ЗАМЕТОК

НАУЧНЫЙ ФОРУМ: ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ

*Сборник статей по материалам LVIII международной
научно-практической конференции*

№ 3 (58)
Март 2022 г.

В авторской редакции

Подписано в печать 24.03.22. Формат бумаги 60х84/16.
Бумага офсет №1. Гарнитура Times. Печать цифровая.
Усл. печ. л. 1,5. Тираж 550 экз.

Издательство «МЦНО»
123098, г. Москва, ул. Маршала Василевского, дом 5, корпус 1, к. 74
E-mail: economy@nauchforum.ru

Отпечатано в полном соответствии с качеством предоставленного
оригинал-макета в типографии «Allprint»
630004, г. Новосибирск, Вокзальная магистраль, 3

16+



НАУЧНЫЙ
ФОРУМ
nauchforum.ru