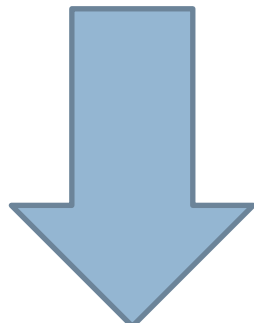




ИННОВАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ ТАМОЖЕННЫМ ДЕЛОМ. ПРОБЛЕМЫ МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ ТАМОЖЕННЫХ УСЛУГ

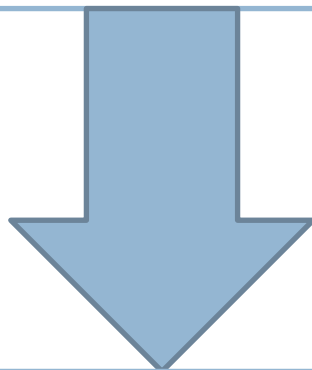
Выполнили: студенты 3-го курса
факультета таможенного дела:
Клименко Егор, Мурадова Фэриде,
Янышева Яна

Таможенный маркетинг



это концепция управления в рыночных условиях, в соответствии с которой гарантией успеха организации в таможенной сфере являются более эффективные в сравнении с конкурентами усилия по удовлетворению настоящих и будущих потребностей покупателей услуг.

Направление маркетинга таможенных услуг



это эффективное взаимодействие таможенных органов и бизнес-структур. Чем меньше затраты времени для прохождения таможенных формальностей, тем ниже временные и трудовые затраты контрагента для завершения внешнеэкономической сделки, что способствует, в конечном итоге, ускорению внешне- торгового товарооборота. Организованная должным образом двусторонняя связь выгодна обеим сторонам: контрагентам это позволяет снизить издержки и существенно увеличить скорость товарооборота, а значит, увеличить прибыль; для таможенных органов это возможность эффективно выполнить одну из приоритетных целей – обеспечение поступления доходов в федеральный бюджет.

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ

Несовершенства взаимодействия
бизнеса и таможни

Низкая степень содействия участнику
вэд

Неэффективность таможенных услуг

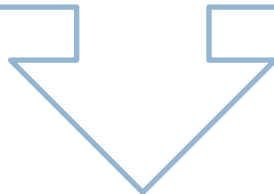
Проблема поиска эффективных
решений

НАПРАВЛЕНИЯ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ

По стратегическому направлению – за счет расширения или сужения сектора таможенных услуг, контролируемого таможенными органами, в сфере таможенных услуг (например, путем изменения соотношения коммерческого и некоммерческого секторов на рынке таможенных услуг);

По оперативно-тактическому направлению – за счет снижения издержек внутри сектора таможенных услуг, контролируемого таможенной системой (например, путем снижения потерь непосредственно в процессе таможенного оформления и контроля на основе оптимизации соответствующих технологий).

Положениями Федерального закона от 27.07.2010 № 201-ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» (изменения в федеральных законах от 28.12.2013 № 444-ФЗ; от 15.02.2016 № 28-ФЗ).



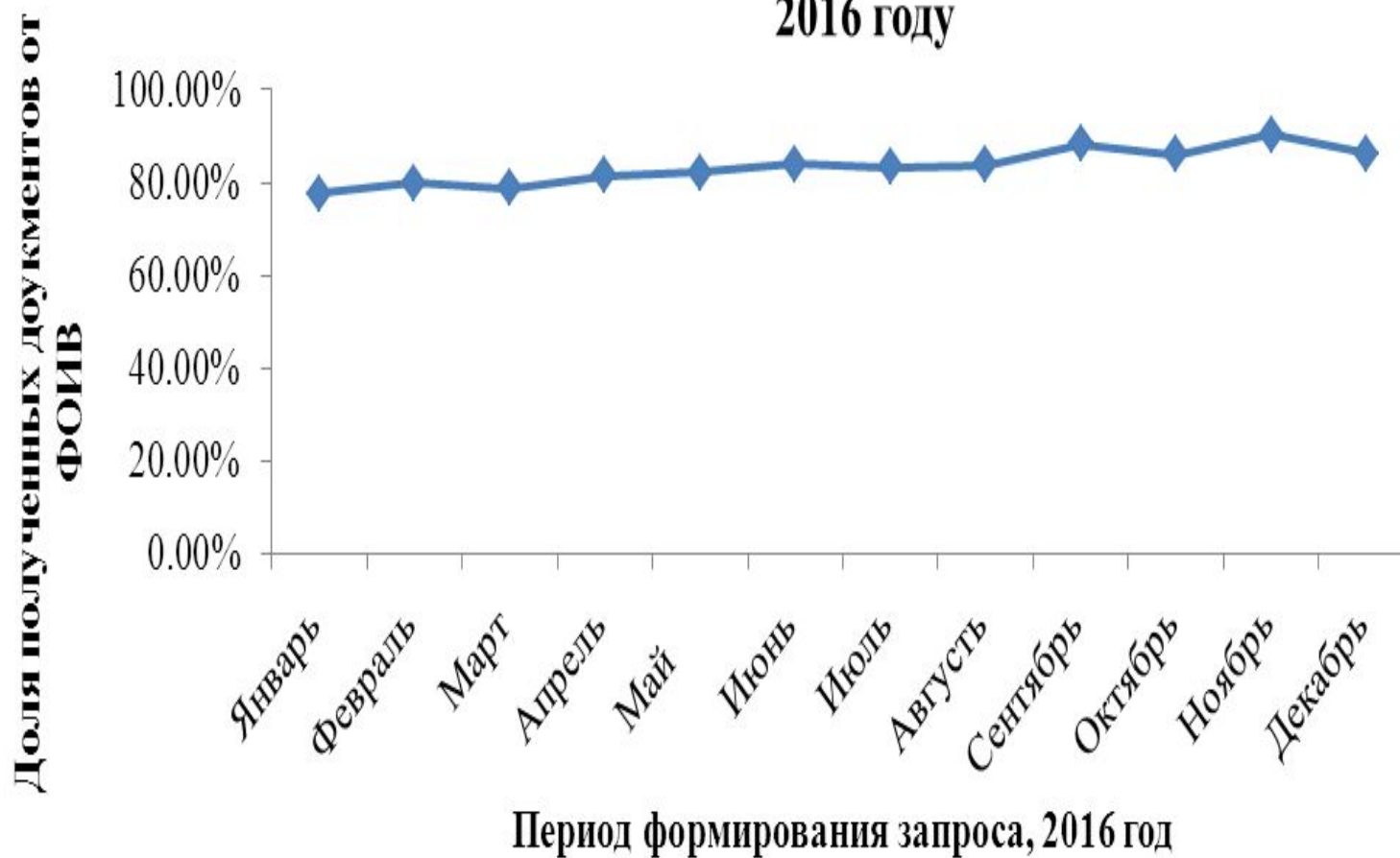
- В материалах заседания коллегии ФТС России «Таможенная служба Российской Федерации в 2015 году» отмечается, что «усилия таможенных органов Российской Федерации сосредоточены на обеспечении максимального содействия внешней торговле, снижении административных барьеров и сокращении времени совершения таможенных операций, защите экономических интересов Российской Федерации, наполнении доходной части федерального бюджета, расширении сферы использования информационных таможенных технологий, повышении качества предоставления государственных услуг».

– сокращение предельного времени прохождения таможенных операций при помещении товаров под таможенную процедуру экспорта для товаров, которые не идентифицированы как рисковые поставки, требующие дополнительной проверки, до 0,85 ч;

– сокращение предельного времени прохождения таможенных операций при помещении товаров под таможенную процедуру выпуска для внутреннего потребления для товаров, которые не подлежат дополнительным видам государственного контроля и не идентифицированы как рисковые поставки, требующие дополнительной проверки, до 1,73 ч;

– увеличение доли деклараций на товары, оформленных в электронном виде без представления документов на бумажном носителе, в общем количестве оформленных ДТ при условии, что товары не идентифицированы как рисковые поставки, требующие дополнительной проверки документов на бумажных носителях, до 99,7 %

Динамика получения положительных ответов от ФОИВ в 2016 году



- В отношении участников ВЭД с «низким уровнем риска» уменьшилось количество применяемых форм таможенного контроля на этапе таможенного декларирования товаров. Так, к концу 2015 г. таможенный до- смотр проводился лишь в отношении 1,1 % товарных партий, таможенная экспертиза – 0,4 % товарных партий, запрос дополнительных документов, подтверждающих заявленные сведения, осуществлялся в отношении 8,7 % общего количества товарных партий, оформленных данной категорией лиц.
- Результатом применения субъектно-ориентированного подхода стало сокращение к концу 2015 г. срока выпуска товаров, декларируемых участниками ВЭД с «низким уровнем риска», до 2 ч 47 мин при плановом значении срока выпуска товаров в течение 4 ч с момента регистрации таможен- ной декларации.
- По информации таможенной службы Российской Федерации в 2015 г. количество документов, представляемых участником ВЭД таможенному органу при таможенном декларировании товаров, сократилось и составило 6 документов при импорте (в 2014 г. – 8 документов) и 4 документа при экспорте (в 2014 г. – 6 документов).

- Важным направлением деятельности таможенных органов является оказание содействия представителям бизнес-сообщества. Сотрудничество ФТС России с бизнес-сообществом принесло свои плоды, что подтверждают результаты проведенного в начале 2016 г. ведомственного мониторинга качества предоставления государственных услуг таможенными органами¹. По результатам социологического опроса доля участников ВЭД, удовлетворительно оценивающих качество предоставления государственных услуг таможенными органами, в общем количестве опрошенных участников ВЭД составила по итогам 2015 г. 81 % (в 2014 г. – 40,5 %). Проведенный мониторинг показывает, что качество таможенных услуг в таможенных органах ФТС России в целом устраивает участников ВЭД и наблюдается положительная тенденция.
- Вместе с тем работа таможенных органов по повышению качества таможенных услуг не в полной мере эффективна и соответствует задачам, поставленным Федеральной таможенной службой. Кроме того, предпринимаемые меры по совершенствованию таможенного регулирования наталкиваются на недостаточное понимание и пассивность со стороны участников ВЭД. В свою очередь усилия участников ВЭД по оптимизации международной цепи поставки товаров без содействия таможенных органов также не приводят к желаемым результатам [3]. Таким образом, взаимосвязь между эффективностью функционирования таможен и эффективностью функционирования предпринимательских структур как участников ВЭД недостаточна.

– разработать стратегию создания и продвижения таможенных услуг;



– определить необходимость расширения или сужения сектора таможенных услуг, контролируемого таможенными органами, на рынке таможенных услуг;



– создать подсистему управления таможенными услугами – систему маркетинга в сфере таможенных услуг с учетом ее развития в условиях происходящих стратегических изменений;



– определить критерии, показатели и методы оценки социально-экономических выгод от развития таможенной системы как системы услуг



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!