Специфика контроллинга и мониторинга в таможенном деле

Липчанская Кристина Александровна

к.ю.н., доцент Подопригора Алексей Алексеевич

На современном этапе и в стратегической перспективе, деятельность Российского государства ориентирована на преодоление проблем, стоящих перед страной. Решение проблем направлено на устойчивый рост и стабилизацию динамики макроэкономических показателей экономики. Государство обеспечивает достижение такой цели, реализуя различного рода стратегии в социально-экономической сфере и в сфере управления.

Поскольку экономика России носит рыночный характер, то, следовательно, и все государственные институты, участвующие в управлении, должны быть адаптированы к специфике российского рынка. Таможенные органы, в общегосударственной структуре, должны обеспечить такое влияние на рынок, чтобы государство всегда могло ставить цели и достигать их наиболее эффективно.

Контроллинг — это обеспечение целостности информации, касающейся деятельности организации и имеющихся ресурсов; мониторинг — измерение эффективности и инициация проведения любых корректирующих воздействий, необходимых для возвращения деятельности в надлежащее русло. Таможенные органы предоставляют информацию руководству на всех функциональных участках, где она может быть использована для достижения максимальной эффективности. Служба контроллинга помогает проанализировать сложившуюся ситуацию и принять правильное решение в складывающихся условиях, что, несомненно, повышает эффективность работы таможенных органов. Мониторинг — постоянный контроль со стороны таможенных органов за соблюдением таможенного законодательства участниками внешнеэкономической деятельности.

Концепции контроллинга и мониторинга не содержат новых знаний о таможенном деле и лишь используют инструментарий, известный из других дисциплин. Поэтому есть смысл говорить о них не как о системе определенных знаний, а скорее, как о философии или об идеологии управления. В отличие от менеджмента, как науки об управлении, контроллинг, например, базируется на количественном анализе и в большей

степени ориентирован на систему стоимостных показателей и планово- контрольных расчетов. Следовательно, основными задачами контроллера являются анализ и сбор информации, разработка предложений, обеспечение эффективного обмена информацией внутри ФТС для принятия управленческих решений.

Таможенный контроллинг — это комплекс организационных, методологических, технических и информационных средств, а также соответствующие технологии, системы и инфраструктура автоматизации таможенной деятельности и системного управления [1,183].

При этом таможенная служба рассматривается как единая информационно-технологическая среда таможенной деятельности, а контроллинг — как система таможенного контроля (экономического, правового, информационного и др.), управления таможенной деятельностью и регулирования ВЭД в автоматизированном режиме.

В составе основных направлений контроллинга:

• технологизация и автоматизация деятельности таможенных органов;

• мониторинг, логистика и регулирование ВЭД;

• таможенное администрирование — подготовка, принятие и контроль управленческих решений.

Технологизация и автоматизация таможенной деятельности: формирование унифицированных технологий таможенной деятельности, системная автоматизация таможенных технологий, информационно-аналитический мониторинг (моделирование, анализ, прогнозирование) различных аспектов таможенной деятельности и системное управление качеством таможенной деятельности.

Мониторинг, логистика и регулирование ВЭД: анализ эволюции мировых товарных и финансовых потоков; мониторинг товаропотоков России; прогнозирование величины сборов в бюджет, подготовка рекомендаций по изменению ставок таможенных пошлин, применению мер нетарифного регулирования; адаптация стратегических задач таможенной службы к изменяющимся условиям внешнеэкономической деятельности, разработка требований к таможенной службе и рекомендаций по ее совершенствованию.

Таможенное администрирование — подготовка, принятие и контроль управленческих решений: оперативно-ситуационное моделирование (ВЭД, таможенной деятельности, таможенных технологий), создание организационно-функциональных и информационных моделей таможенных органов; формирование и накопление знаний о различных аспектах таможенной деятельности и подготовка управленческих решений; согласование оперативных планов региональных таможенных управлений, таможен и таможенных постов с планами развития таможенной службы; координация оперативного планирования таможенной деятельности; ведение системы таможенной информации, структурированной с учетом уровней управления единой системой таможенных органов; оперативный контроль таможенной деятельности, анализ и прогнозирование результатов деятельности, подготовка управленческих решений и др.

Основная задача маркетинга и маркетингового исследования (маркетингового мониторинга) — определить узкие места в сервисном обслуживании потребителей таможенных услуг. При этом проблемными являются, например, услуги, которые:

1) замедляют процесс внешнеторгового оборота и сдерживают развитие внешнеэкономической деятельности в отдельно взятых субъектах Федерации, регионах, России в целом;

2) не соответствует уровню развития логистических схем современного бизнеса, не удовлетворяют требованиям оптимизации и ускорению логистических операций участника ВЭД и, следовательно, представляют для него издержки;

3) наносят ущерб участникам ВЭД из-за применения неоправданно жестких мер таможенного контроля, влекущих за собой простои, вымогательство со стороны нечистоплотных должностных лиц таможенных органов.

Мониторинг проблем, возникающих в системе таможенных услуг, является ключевым условием ее успешного функционирования.

В процессе мониторинга ставятся две основные задачи:

— сбора, накопления, обработки и анализа информации о таможенных услугах-технологиях и услугах-продуктах, не удовлетворяющих потребителей;

— подготовки адекватных управленческих маркетинговых решений по устранению проблем.

Плановый маркетинговый мониторинг таможенных услуг представляется основным

компонентом маркетингового мониторинга, проводится периодически по установленному регламенту и является инструментом систематического выявления проблем в системе таможенных услуг.

Цель планового маркетингового мониторинга — выявление таможенных услуг, являющихся «узкими» местами системы, например, с точки зрения удовлетворенности участников ВЭД их качеством.

Цель мониторинга достигается в ходе массовых экспертных опросов участников ВЭД. Опрос участников маркетингового исследования может проводиться по заранее подготовленной анкете. Эксперты дают качественную оценку таможенных услуг, определяют уровень типичности (рейтинга) таможенных услуг, предлагают приемлемые альтернативы изменений.

Мониторинг должен базироваться на следующих принципах:

— целенаправленности — подчинение задач мониторинга целям совершенствования системы таможенных услуг;

— целостности и системности — мониторинг проводится поэтапно на всех уровнях управления таможенной службой;

— информационного единства — мониторинг на всех уровнях управления таможенной службой проводится на основе единой информации, полученной от участников ВЭД в регионах деятельности таможен;

— методического единства — мониторинг проводится на основе единой методики на всех уровнях управления таможенной службой;

— доступности для участников ВЭД — любой участник ВЭД имеет право участвовать в мониторинге в случае соответствия критериям законопослушности и регулярности ВЭД;

— демократичности — любой участник ВЭД имеет возможность высказывать любые соображения по поводу фактического и желаемого состояния таможенных услуг без опасения за негативные последствия со стороны таможенных органов;

— транспарентности — мониторинг проводится в условиях открытости и доступности процесса и его результатов для деловой общественности и каждого участника ВЭД [2,80].

В настоящее время, должностными лицами таможенных органов ежедневно проводится мониторинг всех случаев запросов разрешительных документов у участников внешнеэкономической деятельности для исключения необоснованных запросов.

Результаты мониторинга публикуются на официальных сайтах РТУ в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и на официальном сайте ФТС России, а также анализируются с участием других федеральных органов исполнительной власти.

Так мониторинг и анализ работоспособности сервисов межведомственного информационного обмена федеральных органов исполнительной власти и программных средств ФТС России в 2017 году показал наличие систематических ошибок, допускаемых участниками внешнеэкономической деятельности при заполнении сведений о разрешительных документах в графе 44 декларации на товары, например:

1. Неправильное указание участниками внешнеэкономической деятельности структуры маски номера разрешительных документов.

2. Некорректное указание участником ВЭД кодов видов документов, утвержденных Решением Комиссии Таможенного союза от 20 сентября 2010 г. № 378.

3. Указание в графе 44 декларации на товары двух видов документов (например, лицензии на импорт (экспорт) товаров, а также разрешительного документа, являющегося основанием для ее получения).

Подводя итог вышеизложенному, можно констатировать, что разработка мониторинга качества услуг, оказываемых участнику ВЭД — очень сложный и многоаспектный процесс. Он охватывает деятельность не только таможенных органов, но и самих компаний (участников ВЭД). Таможенные органы, в первую очередь, оказывают услуги государству по обеспечению безопасности. Поэтому соблюдение государственного интереса в процессе оценки результатов мониторинга не должно перекрываться содействием деятельности участникам ВЭД.

Таможенная служба Российской Федерации, являясь неотъемлемой частью государственного управления внешнеторговой деятельностью, одновременно выступает в роли одного из механизмов ее регулирования, сочетая функции фискального, правоприменительного и контролирующего органа, и в то же время содействует развитию внешнеэкономической деятельности, мониторинг трансформировался в основную функцию государственного управления в сфере таможенного дела и реализуется как эволюционная ступень развития контрольных технологий в деятельности таможенных органов.

ЛИТЕРАТУРА, ИСТОЧНИКИ

1. Макрусев В.В. Основы системного анализа: учебник. — М: РИО Российской таможенной академии, 2006. —с. 576.
2. Трофимова И. М. Стратегический маркетинг таможенных услуг (теоретический аспект) // Наука и образование: современные тренды. — 2015. — № 2 (8). — с. 89.