

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и
торговли имени Михаила Туган-Барановского»

На правах рукописи



Козлов Владимир Сергеевич

МАРКЕТИНГ НА РЫНКЕ БРОКЕРОВ

5.2.3. – Региональная и отраслевая экономика
(маркетинг)

ДИССЕРТАЦИЯ
на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Научный руководитель:
доктор технических наук, профессор
Осипенко Наталья Ивановна

Донецк – 2026

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА НА РЫНКЕ БРОКЕРОВ	
1.1 Генезис и теоретическая сущность дефиниции «маркетинг на рынке брокеров».....	15
1.2 Тенденции развития рынка брокеров в условиях таможенного регулирования.....	39
1.3 Концепция маркетинга на рынке брокеров.....	50
Выводы к разделу 1.....	58
РАЗДЕЛ 2. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА БРОКЕРОВ	
2.1 Мониторинг рыночных условий работы брокеров.....	61
2.2 Панель индикаторов выбора брокеров в системе рейтинговой оценки	86
2.3 Инновационные технологии в продвижении на рынке брокеров.....	107
Выводы к разделу 2.....	122
РАЗДЕЛ 3. СТРАТЕГИЯ МАРКЕТИНГА НА РЫНКЕ БРОКЕРОВ	
3.1 Перспективы использования цифровых платформ для рынка брокерских услуг: маркетинговые аспекты.....	126
3.2 Совершенствование перемещения товаров через таможенную границу.....	134
3.3 Стратегия развития рынка таможенных брокеров и ее маркетинговые ориентиры.....	157
Выводы к разделу 3.....	172
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	176
СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ И УСЛОВНЫХ ОБОЗНАЧЕНИЙ.....	180
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	181

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А

Территориально-структурное деление таможенных органов
Российской Федерации..... 217

Приложение Б

Рейтинг брокеров Российской Федерации за 2024 г..... 218

Приложение В

Отчет об исполнении основных показателей работы таможенных
органов Российской Федерации за 2023-2024 гг..... 222

Приложение Г

План деятельности Федеральной таможенной службы на 2024 г. и
плановый период 2025-2029 гг..... 227

Приложение Д

Справки о внедрении результатов диссертационной работы..... 229

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Маркетинг на рынке брокеров представляет собой сложный процесс, в центре которого находится деятельность таможенного брокера, выступающего одновременно посредником между участниками внешнеэкономической деятельности (далее – ВЭД) и государством и субъектом маркетинга, формирующим потребности клиентов. Его услуги являются маркетинговым продуктом, создающим ценность, что позволяет рассматривать брокера как активного участника системы таможенных услуг.

Развитие рынка таможенных брокеров основано на маркетинговых принципах, направленных на формирование конкурентных преимуществ. Эффективность брокеров зависит от их способности исследовать рынок, анализировать спрос, адаптировать услуги и изучать конкурентов для разработки уникального предложения.

В современных условиях маркетинг на рынке брокеров становится стратегически значимым, способствуя развитию брокерских структур и повышению эффективности ВЭД. Рост конкуренции, цифровизация и изменения в регулировании усиливают актуальность научного анализа маркетинговых аспектов их деятельности.

Актуальность исследования также обусловлена потребностью в комплексных маркетинговых решениях для динамичного рынка. В качестве объекта выбран сегмент таможенных брокеров, представляющий идеальную модель благодаря сочетанию государственной регламентации и комплексности услуг. Разработанные концепции могут быть адаптированы для других сегментов брокерского рынка.

Степень изученности проблемы подтверждается наличием значительного числа научных публикаций, посвященных вопросам маркетинга в сфере услуг и комплекса маркетинга, теории и практики ВЭД, а

также специфике функционирования института таможенного брокера. В трудах отечественных и зарубежных исследователей освещены аспекты развития теоретико-методологических основ маркетинга услуг, исследования конкурентной среды на рынке брокерских и логистических услуг, формирование потребительских предпочтений и оценка качества предоставляемых сервисов.

Значительный вклад в развитие общей теории и методологии маркетинга, включая маркетинг услуг и потребительских рынков, внесли Е.М. Азарян, С.Н. Апенько, Н.Ю. Н.Ю. Власова, Возиянова, Л.В. Балабанова, А.Н. Германчук, Н.Н. Давидчук, Е.В. Ефременко, Л.В. Крылова, В.П. Кузнецов, М.В. Кудина, Р.Н. Лепа, Н.А. Логунова, В.Д. Малыгина, Н.А. Ольмезова, К.А. Ржесик, Е.В. Сардак, Р.Р. Тимиргалеева, О.А. Третьяк. Их труды заложили фундамент для анализа маркетинговых стратегий в сервисной экономике.

Теоретико-методологические основы маркетинга услуг с акцентом на формирование спроса, клиентоориентированность и создание ценности были детально исследованы В.В. Макрусевым и И.В. Грековым, а также признанными зарубежными авторитетами в данной области – К. Грёнроосом (C. Grönroos), А. Парасураманом (A. Parasuraman) и Й. Виртцем (J. Wirtz). Применительно к брокерской деятельности вопросы конкурентоспособности, международного маркетинга и использования маркетинговых инструментов рассмотрены Д.А. Шевченко, И.М. Синяевой, О.Н. Жильцовой, а также М.Р. Цинкотой (M.R. Czinkota) и М.И. Хоссейном (M.I. Hossain) в контексте маркетинга в переходных экономиках. Х. Медин (H. Medin) проанализировал экономическую роль таможенных брокеров как посредников в международной торговле. Непосредственно проблемы маркетинга и управления в брокерских компаниях (включая создание ценности, контент-маркетинг, цифровые активы и критерии выбора услуг) изучали И.А. Аренков, С.А. Бородулина, Е.В. Комарницкая, И.И. Лукашенко, а также А.И. Ильдеш и А. Гёчер (İ. İldeş & A. Göcer).

Специфика таможенной сферы как объекта маркетингового управления получила освещение в ряде направлений. Проблемы цифровизации и внедрения инновационных технологий, включая искусственный интеллект (далее – ИИ), в таможенных услугах и логистике анализировали П.Н. Афонин, Е.А. Малышев, Ю.И. Сомов. Маркетинговые стратегии в ВЭД, институциональные основы и взаимодействие таможенных институтов, а также регуляторные аспекты стали предметом работ Д.В. Колчевой, Г.П. Геращенко, В.Ю. Диановой, Е.Л. Андрейчук и В.П. Смирнова, а также зарубежных исследователей G.M. Llanto, A.M. Navarro, K.C. Detros и M.K.P. Ortiz. Поведенческие характеристики клиентов сервисных и таможенных услуг, факторы их выбора и приверженности, а также вопросы стандартизации, качества, репутации и оценки эффективности таможенных услуг изучали В.В. Макрусев, а также Й. Виртц, К. Грёнроос (J. Wirtz, C. Grönroos) и Э. Гвардзиньская (E. Gwardzińska) в своих специализированных работах.

Вместе с тем, несмотря на наличие определенной научной базы, проблематика маркетинговых стратегий на рынке таможенных брокеров до настоящего времени не получила комплексного анализа, что предопределяет актуальность и научную новизну дальнейших исследований в данном направлении.

Цель и задачи исследования.

Цель диссертационной работы заключается в теоретическом обосновании и разработке научно-методологических положений и ценностных практических предложений по формированию стратегии развития маркетинга на рынке брокеров.

Для достижения поставленной цели в работе сформулированы и решены следующие ***задачи***:

обоснована концепция маркетинга на рынке брокеров на основе исследования генезиса и теоретической сущности дефиниции маркетинга на рынке брокеров;

проведена оценка рынка брокеров на основе современных технологий маркетинговых исследований для разработки модели работы брокера на основе маркетинга с учётом принципа «единого окна»;

сформирована панель индикаторов выбора брокеров в системе рейтингов;

усовершенствован механизм маркетингового продвижения товаров через таможенную границу на рынке брокеров;

предложена стратегия развития рынка таможенных брокеров.

Объектом исследования является процесс формирования стратегии развития маркетинга на рынке брокеров.

Предметом исследования - теоретические, научно-методологические и прикладные положения по формированию стратегии развития маркетинга на рынке брокеров.

Гипотеза исследования. Эффективность маркетинга на рынке брокеров в современных условиях определяется не только качеством сервисного предложения и ценовыми факторами, но и способностью брокеров интегрировать цифровые платформы, инновационные технологии продвижения и систему маркетинговых индикаторов в стратегию взаимодействия с клиентами, поскольку формирование концептуальной модели маркетинга на рынке брокеров, основанной на научно-методологическом синтезе классических принципов маркетинга и современных цифровых инструментов, позволит обеспечить устойчивое конкурентное преимущество брокерских компаний, повысить доверие клиентов и оптимизировать процессы трансграничного перемещения товаров.

Теоретической и методологической основой исследования послужили концептуальные и методологические положения научных работ отечественных и зарубежных ученых по проблематике маркетинга на рынке брокеров.

Для решения поставленных задач использовались общенаучные и специальные методы: анализ и синтез, позволяющие выявить структурные

элементы маркетинговой деятельности брокеров и определить их взаимосвязь; индукция и дедукция, применяемые при формулировании обобщений и выводов о характере рыночных процессов; сравнение и аналогия, обеспечивающие выявление сходных и различающихся характеристик рынка брокерских услуг в отечественной и зарубежной практике; абстрагирование и моделирование, позволяющие выработать концептуальный аппарат исследования и построить теоретическую модель маркетинга на рынке брокеров; методы маркетинговых исследований (анкетирование, экспертные оценки, фокус-группы), используемые для анализа потребностей клиентов и выявления критериев выбора брокерских услуг; статистические методы обработки данных, применяемые для формирования панелей индикаторов и проведения рейтинговых оценок; методы контент-анализа, направленные на изучение нормативной правовой базы и стратегических документов, регулирующих рынок таможенных услуг; экономико-математическое моделирование, позволяющее разработать модель работы брокеров и оценить эффективность маркетинговых стратегий; а также системный подход, обеспечивающий комплексное рассмотрение рынка брокеров как части ВЭД и института продвижения товаров через таможенную границу.

Информационно-эмпирическую базу исследования составили нормативные правовые акты Российской Федерации (далее – РФ) и международные документы, регулирующие сферу ВЭД и института таможенного брокерства; статистические материалы Федеральной таможенной службы (далее – ФТС России), Федеральной службы государственной статистики, Всемирной торговой организации и Всемирной таможенной организации; официальные отчеты и аналитические обзоры Министерства экономического развития Российской Федерации, Торгово-промышленной палаты и профильных ассоциаций участников ВЭД.

Дополнительно были использованы данные, полученные в результате проведения собственных маркетинговых исследований, включающих анкетирование участников ВЭД, интервьюирование представителей

брокерских компаний, а также экспертные оценки специалистов в области маркетинга, логистики и таможенного дела. Существенное значение для эмпирической базы имели материалы мониторинга специализированных электронных ресурсов, официальных сайтов брокерских компаний и профессиональных сообществ, освещающих динамику и тенденции развития исследуемого рынка.

Новизна исследования заключается в разработке и обосновании теоретико-методических особенностей и практических рекомендаций по совершенствованию маркетинга на рынке брокеров.

Основные результаты исследования, составляющие его научную новизну, полученные лично автором и выносимые на защиту:

1. Обоснована концепция маркетинга на рынке брокеров как стратегическая парадигма управления рыночным позиционированием и клиентскими взаимодействиями, основанная на интеграции доверия, цифровых технологий и сервисной персонализации, трансформирующая традиционное посредничество в многоуровневую систему создания потребительской ценности. Её внедрение позволяет формировать устойчивое конкурентное преимущество через нематериальные активы (репутация, бренд доверия, клиентское сообщество) и обеспечивать баланс интересов субъектов рынка.

2. Предложена модель работы брокера, отражающая специфику его деятельности на основе интеграции маркетинговых функций, реализация которых осуществляется с учётом принципа «единого окна», что обеспечивает комплексность и согласованность услуг, повышая их качество и клиентоориентированность. Представленная модель трансформирует стандартное таможенное оформление в целостный сервис, в котором каждый этап направлен на формирование долгосрочной ценности для клиента.

3. Сформирована панель индикаторов выбора брокеров в системе рейтингов для проведения комплексной оценки их работы, сочетающая финансовую эффективность, качество сервисов, уровень доверия, клиентскую

ориентированность и инновационность, отличается итоговым построением матрицы позиционирования брокеров и сегментацией квадрантов на «лидеров», «сервисных игроков», «техников без доверия» и «аутсайдеров», что определит индикаторную систему стратегического выбора рейтингов нового поколения, ориентированных не только на формальные показатели, но и на качество долгосрочных отношений с клиентами.

4. Усовершенствован механизм маркетингового продвижения товаров через таможенную границу, представляющий собой комплексную систему координации таможенно-логистических, правовых и маркетинговых инструментов, направленных на обеспечение прозрачности, скорости и конкурентоспособности внешнеэкономических операций. Механизм отличается позиционированием брокера в качестве маркетингового проводника, формирующего для клиента добавленную ценность в виде облегчения выхода на международные рынки, снижения транзакционных издержек и укрепления рыночных позиций, что способствует расширению клиентской базы предприятия.

5. Предложена стратегия развития рынка таможенных брокеров, представляющая собой системную координацию маркетинговых, технологических, организационно-правовых и аналитических инструментов для создания конкурентного преимущества для брокера и его клиентов. Целью стратегии является трансформация брокера из операционного исполнителя в стратегического партнера, способного обеспечить ускорение ВЭД, снижение издержек, прозрачность операций и долгосрочное укрепление рыночных позиций клиентов. Её реализация повысит результативность работы таможенных брокеров и ускорит интеграцию национальных операторов в глобальные цепочки поставок.

Наиболее существенные результаты исследования соответствуют пунктам паспорта специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг), в частности: 10.2. Современные направления и тренды развития маркетинговой деятельности; 10.5. Маркетинг на рынках товаров и услуг.

Маркетинговые стратегии и маркетинговая деятельность хозяйствующих субъектов; 10.15. Технологии маркетинга в интернет-среде.

Теоретическая значимость исследования заключается в том, что сформулированные положения, полученные выводы и результаты развивают и дополняют теоретические основы развития маркетинга на рынке брокеров; обогащают методологию и предлагают методический инструментарий для исследования процессов развития таможенной деятельности брокеров и организации маркетинговой деятельности; позволяют уточнить, развить и дополнить категориально-понятийный аппарат в данной области; доказывают необходимость внедрения концептуальных основ развития маркетинга на рынке брокеров.

Практическая ценность исследования состоит в возможности использования предложенных в диссертации рекомендаций для совершенствования маркетинговой деятельности на рынке брокеров.

Работа выполнена в соответствии с комплексным планом научно-исследовательских работ ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», а именно, при выполнении госбюджетных тем: «Научно-методические основы обеспечения дисциплин кафедры экспертизы в таможенном деле для специальности 38.05.02 Таможенное дело» (№ Г-2019-5, 2019-2022 гг.), «Экспертные исследования товаров Донецкой Народной Республики» (№ Г-2023-5, 2023-2025 гг.).

Выводы и рекомендации, предложенные в диссертационной работе, утверждены и внедрены в деятельность ООО «ТОРГОВЫЙ ДОМ «ГОРНЯК» (справка о внедрении № 7/6 от 20.04.2024), ООО «Южные Транспортные Линии» (справка о внедрении № 242/24 от 25.06.2024), ООО «МАСТЕР-ТОРГ» (справка о внедрении № 15/43 от 15.03.2025), ООО «АйДжиЭл Групп» (справка о внедрении № 290525 от 29.05.2025).

Отдельные теоретические положения диссертационной работы используются в учебном процессе ФГБОУ ВО «Донецкий национальный

университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» (справка о внедрении в учебный процесс № 03.03/2124 от 10.12.2025 г.).

Апробация и внедрение результатов диссертационного исследования. Диссертация представляет собой самостоятельный научный труд автора. Все представленные в работе концептуальные положения, полученные результаты и сформулированные выводы, которые вынесены на защиту, являются личными разработками соискателя. При использовании материалов, опубликованных в соавторстве, в диссертации отражены исключительно те идеи и разработки, которые непосредственно принадлежат автору диссертации.

Положения и результаты, изложенные в диссертации, обсуждались и получили одобрение на 15 научно-практических конференциях: Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Таможенные чтения – 2018. Образование и наука на современном этапе развития ЕАЭС» (2018 г.); Республиканской научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов и студентов «Экспертная деятельность в таможенном деле: современное состояние и перспективы» (г. Донецк, 2018 г., 2019 г.); Республиканской с международным участием научно-практической конференции «Информационное пространство Донбасса: проблемы и перспективы» (г. Донецк, 2018 г.); XVIII Международной научно-практической интернет-конференции «Налоговая система в условиях современных трансформаций» (г. Донецк, 2018 г., 2020 г.); II Международной научно-практической конференции «Приоритетные векторы развития промышленности и сельского хозяйства» (г. Макеевка, 2019 г., 2021 г.); Республиканской научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов и студентов «Таможенное дело и экспертная деятельность: современное состояние и перспективы» (г. Донецк, 2020 г.); I Международной научно-практической конференции «Инновационные направления интеграции науки, образования и производства» (г. Керчь, 2020 г.); Научной конференции «Экономика и общество. Интеграция и патриотизм»

(г. Брянск, 2021 г.); XV Международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы и перспективы трудоустройства выпускников образовательных организаций высшего и среднего профессионального образования» (г. Донецк, 2021 г.); X Всероссийской с международным участием научно-практической конференции «Современная торговля: теория, практика, инновации» (г. Пермь, 2022 г.); Международной научно-практической конференции «Инновационное развитие: ключевые проблемы и направления их решения» (г. Калуга, 2023 г.); Международной научно-практической конференции «Развитие интеллектуального потенциала и научное сотрудничество в эпоху изменений» (г. Магнитогорск, 2024 г.).

Публикации. Основные положения диссертационной работы опубликованы в 29 научных работах – 8 статьях, 1 коллективной монографии, 5 публикациях в прочих изданиях и 15 тезисах, общим объемом 10,19 печ. л., из которых 8,69 печ. л. принадлежит лично автору.

Структура и содержание работы оправдана обозначенной целью и соответствует логике и последовательности решения сформулированных соискателем задач. Диссертация состоит из введения, трех разделов и девяти подразделов, заключения, списка использованной литературы (244 наименований, в т.ч. 14 иностранных источников) и 5 приложений. Общий объем диссертации составляет 233 страницы. Содержание визуализировано 21 таблицей и 23 рисунками.

Во **введении** конкретизированы актуальность темы исследования; степень изученности проблемы; цель и задачи исследования; объект и предмет, гипотеза; теоретическая и методологическая основа; информационно-эмпирическая база; основные результаты исследования, составляющие его научную новизну, полученные лично автором и выносимые на защиту; теоретическая значимость и практическая ценность; апробация и внедрение результатов диссертационного исследования; публикации, а также структура и содержание работы.

В *первом* разделе «**Теоретические основы и современные аспекты развития маркетинга на рынке брокеров**» исследован генезис и теоретическая сущность дефиниции «маркетинг на рынке брокеров»; изучены тенденции развития рынка брокеров в условиях таможенного регулирования; обоснована концепция маркетинга на рынке брокеров.

Во *втором* разделе диссертации «**Маркетинговые исследования рынка брокеров**» проведен мониторинг рыночных условий работы брокеров; разработана панель индикаторов выбора брокеров в системе рейтингов; систематизированы инновационные технологии в продвижении на рынке брокеров.

В *третьем* разделе «**Стратегия маркетинга на рынке брокеров**» определены перспективы использования цифровых платформ для рынка брокерских услуг и их маркетинговые аспекты; совершенствование перемещения товаров через таможенную границу; разработана стратегия развития рынка таможенных брокеров и определены маркетинговые ориентиры ее развития.

В *заключении* сформулированы выводы по полученным результатам исследований относительно поставленной цели и задач диссертационной работы.

РАЗДЕЛ 1

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА НА РЫНКЕ БРОКЕРОВ

1.1 Генезис и теоретическая сущность дефиниции «маркетинг на рынке брокеров»

На этапе интеграции новых территорий Донецкой Народной Республики (далее – ДНР), Луганской Народной Республики, Запорожской и Херсонской областей в экономическое пространство РФ своевременно и актуально рассмотрение приоритетов стратегического развития маркетинга на рынке брокеров, стратегии развития рынка таможенных брокеров, сформированных на основе концепции маркетинга на рынке брокеров, которые будут учитывать особенности организации маркетинговой деятельности таможенных брокеров, специфику ВЭД новых территорий.

Таможенная инфраструктура оказывает непосредственное влияние на качество предоставления государственных таможенных услуг, интенсивность грузооборота и состояние логистических цепей по всей стране.

Президент РФ Владимир Путин заявил, что ФТС России собрала за первое полугодие 2024 г. сборов и платежей на 500 миллиардов рублей больше, чем за аналогичный период 2023 года. Он отметил, что ФТС России задание выполняет и показатели объясняются результативностью таможенного контроля, увеличением автоматизации, повышением пропускной способности [185].

От состояния объектов таможенной инфраструктуры напрямую зависит эффективность работы пунктов пропуска через таможенную границу РФ и результативность правоохранительной деятельности таможенных органов, что, в свою очередь, оказывает непосредственное влияние на социально-

экономическую безопасность новых территорий [211, с. 1259-1260].

Следует обозначить, что маркетинг представляет собой деятельность, направленную на сбор информации о потребностях потребителя, их анализ и разработку новых современных путей повышения ценности предоставляемых услуг, в том числе и в таможенной сфере 199, с. 28].

Следует четко обозначить классификацию брокеров, которые осуществляют свою деятельность на рынке брокеров в зависимости от того, с кем посредник работает и взаимодействует (табл. 1.1):

Таблица 1.1 – Классификация брокеров в зависимости от вида деятельности

Название	Характеристика
Биржевые	Согласно договору на основе официального поручения заключают сделки по операциям с товаром, ценными бумагами и валютой.
Страховые	Выполняют посреднические функции по оформлению операций между страховой компанией и клиентами, помогают оформить выгодный полис и разрешить конфликты и споры в интересах сторон.
Таможенные	На основе договора по поручению клиента осуществляют полное таможенное оформление и сопровождение грузов при их перемещении через таможенную границу, а также выступают представителями своих заказчиков при взаимодействии с государственными органами.
Ипотечные (кредитные)	Посредники по поиску выгодных вложений и выгодных программ инвестирования и кредитования, налаживают взаимодействие с банками и инвесторами, оказывают помощь в оформлении документов.
Фрахтовые	Узкоспециализированные специалисты, деятельность которых направлена на фрахтование судна или места на судне для транспортировки и перемещения грузов, устанавливают договорные отношения и выступают посредником между судовладельцами и фрахтователями.

Для документального оформления товаров в процессе осуществления ВЭД субъекты хозяйствования различных отраслей и форм собственности, ведущие регулярные экспортно-импортные операции, как правило, привлекают в качестве представителей таможенных брокеров [84, с. 588].

С правовой точки зрения, таможенный брокер (англ. Customs broker) – это юридическое лицо, включенное в Реестр таможенных представителей, уполномоченное осуществлять от имени декларанта операции по перемещению грузов через таможенную границу и их таможенному оформлению на основании гражданско-правового договора [113].

Таким образом, таможенные брокеры формируют ядро предложения на рынке соответствующих услуг, оказывая комплексное посредничество, в то время как предприятия-участники ВЭД формируют спрос. Маркетинговый анализ данного рынка фокусируется на взаимоотношениях между этими группами, включая их развитие в условиях интеграции новых территорий [130].

Формирование маркетинговой политики, организация маркетинговой деятельности, разработка концепции и методического инструментария маркетинга на рынке брокеров для его дальнейшего развития, в первую очередь в части, касающейся развития территорий и таможенной инфраструктуры, а также повышения эффективности работы таможенных служб, таможенных брокеров, выполнение внешнеэкономических договоров и организацию ВЭД, что является основой для научного исследования и важно для сектора государственных таможенных услуг [31, с. 8-10].

Маркетинг на рынке брокеров в ВЭД является сложным и многогранным процессом с центричной ролью деятельности таможенного брокера. В научной трактовке таможенный брокер рассматривается в качестве посредника между участниками ВЭД и государственными структурами, и одновременно полноценным субъектом маркетинга, функционально выполняющим процессы выявления, формирования и удовлетворения потребностей клиентов, повышения экономической безопасности.

Деятельность таможенного брокера направлена на содействие субъектам ВЭД при реализации экспортно-импортных операций, а также на обеспечение удобства и комфорта частных лиц при пересечении государственной границы и обеспечения экономической безопасности.

Как следствие, предоставляемые брокером услуги выступают как форма маркетингового продукта, обладающего полезностью и ценностью для клиентов, что позволяет относить таможенного брокера к категории субъектов маркетинга на рынке брокеров и в системе таможенных услуг.

Актуальность посреднической деятельности в современной экономике обусловлена различными факторами, связанными с развитием рынка, сложностью экономических процессов, необходимостью соблюдения регуляторных требований и повышением профессионализма посредников.

Для глубокого понимания сущности маркетинга на рынке брокеров необходимо обратиться к генезису ключевых понятий. Понятие термина «посредник» в учебной и научной литературе рассматривается в зависимости от сферы деятельности. В современных словарях посредник также трактуется по-разному: лицо (а также организация, государство), при участии которого ведутся переговоры между сторонами [164]; лицо, связывающее, сводящее продавца и покупателя или совершающее сделку по поручению других, в интересах продавца и покупателя [216]; тот, кто является посредствующим, связующим звеном в чем-либо, в каком-либо отношении; тот, кто сводит продавца и покупателя или совершает торговую сделку по чьему-либо поручению [63]; человек или организация, получающие прибыль в результате посреднических операций с товарами или услугами [221] и др.

Учитывая разнообразие толкований посредника, наиболее приемлемым для использования в разных сферах экономической деятельности, на наш взгляд, является определение, данное в Большом экономическом словаре [23]: «посредник – лицо, фирма, организация, оказывающие содействие в установлении контактов и заключении сделок, контрактов между

производителями и потребителями, продавцами и покупателями товаров и услуг».

В зависимости от того, в какой сфере экономической деятельности посредники выполняют возложенные на них функции, они называются агентами, брокерами, дилерами, маклерами, комиссионерами, коммивояжерами. Так, брокеры (брокер – от англ. broker) – лица, биржевые работники, участники рынка, агенты рыночных отношений, выступающие в роли посредника между продавцами и покупателями товаров, ценных бумаг, валюты [187]. Они способствуют заключению торговых сделок, сводя покупателей и продавцов, действуют по поручению своих клиентов и за их счет, получая плату или вознаграждение в виде комиссионных при заключении сделки. В роли брокера могут выступать отдельные лица, фирмы, организации.

Таким образом, брокеры, как специалисты, занимающиеся посреднической деятельностью, обеспечивают законность, безопасность и эффективность сделок в различных отраслях экономики, способствуя, тем самым, стабильному функционированию бизнес-процессов в сфере биржевых сделок, страхования, таможенного дела и др.

Особый интерес представляет эволюция понятия в таможенной сфере. В таможенном законодательстве РФ до 2003 года [207], посредник в сфере таможенного дела именовался как таможенный брокер (посредник), – предприятие, обладающее правами юридического лица и получившее лицензию Государственного таможенного комитета Российской Федерации на осуществление деятельности (статья 157 [207]). К. В. Вергуш в [28, с. 163] отмечает, что это определение прямо указывало на посредническую деятельность таможенного брокера; его статус и обязательное условие осуществления деятельности – следование разрешительному порядку (получение определенной лицензии). После 2003 года применялось понятие «таможенный брокер (представитель)», – посредник, совершающий таможенные операции от имени и по поручению декларанта или иного лица,

на которого возложена обязанность или которому предоставлено право совершать таможенные операции.

С 2010 года в Федеральном законе от 27.11.2010 № 311-ФЗ «О таможенном регулировании в Российской Федерации» [149], как и в Таможенном кодексе Таможенного союза [209] вместо понятия «таможенный брокер (представитель)» применяется понятие «таможенный представитель», – юридическое лицо государства-члена Таможенного союза, совершающее от имени и по поручению декларанта или иного заинтересованного лица таможенные операции в соответствии с таможенным законодательством Таможенного союза. А с вступлением в силу Таможенного кодекса Евразийского экономического союза (далее – ТК ЕАЭС) [208] в 2018 году таможенный представитель определен как юридическое лицо, включенное в реестр таможенных представителей, совершающее таможенные операции от имени и по поручению декларанта или иного заинтересованного лица.

Вместе с тем, на международном уровне по-прежнему встречается понятие «таможенный брокер», например, в Протоколе о внесении изменений в Марракешское соглашение об учреждении Всемирной торговой организации (п. 6 статьи 10 «Использование таможенных брокеров (посредников)»), принятом Федеральным законом от 2 марта 2016 г. № 38-ФЗ [145].

В законодательстве некоторых зарубежных стран (Индия, Саудовская Аравия, США и др.) сохранен термин «таможенный брокер» для того, чтобы отделить отношения таможенного представительства от общих положений о представительстве, на что обращено внимание в [226, с. 126]. Поэтому возникает необходимость сравнить понятия «таможенный представитель» и «таможенный брокер» (табл. 1.2).

Таблица 1.2 – Понятия и сущность «таможенный представитель» и «таможенный брокер»

Критерий	Таможенный представитель	Таможенный брокер
Определение	юридическое лицо, включенное в реестр таможенных представителей, совершающее таможенные операции от имени и по поручению декларанта или иного заинтересованного лица [11]	посредник, совершающий таможенные операции от имени и по поручению декларанта или иного лица, на которого возложена обязанность или которому предоставлено право совершать таможенные операции в соответствии с настоящим Кодексом [7]
Специализация	выполнение функций, преимущественно связанных с таможенным оформлением, и взаимодействие с таможенными органами	предложение более широкого спектра услуг, включая логистические и консалтинговые услуги, помимо непосредственно таможенного оформления
Область деятельности	оказание услуг при экспортно-импортных операциях с обеспечением соответствия требований, установленных таможенным законодательством	оказание более широкого спектра услуг различных направлениях внешнеэкономической деятельности, включая транспортировку, складирование и управление логистическими цепочками
Клиенты	импортеры и экспортеры	широкий круг клиентов, включая логистические компании, производственные предприятия и торговые организации
Формат взаимодействия	взаимодействие с клиентами на основе договорных отношений, с четко определенными обязанностями и ответственностью по совершению таможенных операций	договорные отношения на оказание комплексных услуг, включающих не только таможенное оформление, но и логистику, консалтинг и другие сопутствующие услуги

Результаты сравнительного анализа показывают, что деятельность таможенного представителя и таможенного брокера близки, но таможенная брокерская деятельность более широкая, чем деятельность таможенного представителя. Так, таможенные представители в основном сосредоточены на оформлении таможенных деклараций и взаимодействии с таможенными органами, в то время как таможенные брокеры могут предоставлять более широкий спектр услуг, включая совершение таможенных операций, логистику, консалтинг и другие сопутствующие услуги. Однако, деятельность на рынке таможенных брокерских услуг невозможна без таможенных представителей и, соответственно, они являются ключевыми субъектами этого рынка.

На практике в РФ, несмотря на законодательное закрепление термина «таможенный представитель», понятие «брокер» продолжает активно использоваться. Многие таможенные представители, включенные в Общий реестр таможенных представителей [188], в своем официальном наименовании используют слово «брокер» (табл. 1.3). Кроме того, большинство таможенных представителей на своих официальных сайтах позиционируют себя как таможенные брокеры.

Таким образом, в рамках данного исследования под «маркетингом на рынке брокеров» понимается деятельность, направленную на выявление, формирование и удовлетворение потребностей клиентов в посреднических услугах, оказываемых таможенными представителями (брокерами), которые являются ключевыми субъектами этого рынка. Их деятельность, как было установлено, носит многогранный характер и стратегически значима для обеспечения эффективности ВЭД, особенно на этапе социально-экономической интеграции новых территорий в таможенное пространство РФ.

Таблица 1.3 – Фрагмент Общего реестра таможенных представителей в Российской Федерации [188]

Номер документа на включение юр. лица в реестр	Дата включения юр. лица в реестр	Наименование таможенного представителя	Местонахождение таможенного представителя	УНП, РНН (БИН), ИНН
0056	05.02.2021	ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "ТАМОЖЕННО-БРОКЕРСКИЙ ЦЕНТР"	140180, Московская обл., г. Жуковский, ул. Горького, д. 4	7710614791
0220	11.11.2022	ЗАКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО "РОСТЭК-ТАМОЖЕННЫЙ БРОКЕР"	Москва г, ул. Большая Почтовая, д. 36, ПОД/ЭТ/ОФ 6/2/303/1-6, 105082	7729502210
0289	19.01.2021	ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "ХЕЛЛМАНН ТАМОЖЕННЫЙ БРОКЕР"	Москва г, Головинское ш, д. 5, к. 1, этаж 10, офис 10024, 125212	7716671651
0431	30.12.2022	ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "ТАМОЖЕННО-БРОКЕРСКИЙ ЦЕНТР – КЛИЕНТ"	Московская обл, Жуковский г, Горького ул, д. 4, 140181	5040110520
0827	03.11.2017	ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ ТК "РУСТА-БРОКЕР"	121351, г. Москва, улица Молодогвардейская, дом 58	7731437776

В современных условиях маркетинг на рынке брокеров приобретает стратегическое значение, потому что способствует развитию самих брокерских структур и повышению эффективности ВЭД в целом. Учитывая возрастающую конкуренцию, цифровизацию процессов и изменения в нормативной правовой базе, научный анализ маркетинговых аспектов функционирования рынка брокеров становится особенно актуальным. Именно поэтому изучение маркетинговых основ деятельности таможенных брокеров, разработка научных подходов к формированию их рыночных стратегий и

оценка эффективности применяемых инструментов представляют значимый интерес для теории маркетинга и для практики ВЭД.

Следует подчеркнуть, что развитие рынка таможенных брокерских услуг опирается на определенные маркетинговые принципы и инструменты, которые направлены на формирование конкурентных преимуществ и удержание рыночных позиций.

Эффективность функционирования данного сегмента во многом зависит от способности брокеров исследовать рынок, анализировать спрос, выявлять потенциальные группы клиентов и адаптировать спектр предоставляемых услуг к их ожиданиям и специфике деятельности.

Наряду с этим важной задачей является изучение конкурентной среды, поскольку необходимо идентифицировать основных субъектов рынка и их предложения, а также оценить их маркетинговые стратегии, сильные и слабые стороны, что позволяет выработать уникальное торговое предложение, дифференцированное по отношению к конкурентам, что, в свою очередь, способствует привлечению и удержанию клиентов.

Развитие ВЭД, сопровождающееся перемещением больших объемов товаров через таможенную границу, требует от ее субъектов оперативной и слаженной работы, связанной с оформлением соответствующих документов, минимизацией рисков и организацией эффективной логистической цепи. Для своевременного реагирования на изменения таможенного законодательства требуются значительные временные и кадровые ресурсы на их отслеживание. Выполнение этих задач может быть реализовано с применением услуг таможенного представителя, который возлагая на себя ответственность за выполнение всех таможенных формальностей, является посредником между таможенными органами и субъектами ВЭД.

Таможенный представитель проводит все необходимые операции, связанные с таможенным декларированием товаров, осуществляет, при необходимости, предварительные осмотры или участвует в таможенных досмотрах, может уплачивать таможенные платежи за своего клиента и

оказывать сопутствующие услуги, связанные с выпуском товаров в свободное обращение.

По мнению О. В. Гречкиной и С. А. Агамагомедовой [51, с. 18], услуги, оказываемые таможенными представителями, относятся к услугам, входящим в систему услуг в сфере таможенного дела. Таможенный представитель, выполняя функцию посредника между бизнес-структурами и таможенными органами, упрощая их взаимодействие, способствует реализации маркетингового подхода к осуществлению таможенных услуг, позволяет таможенной службе оперативно реагировать на потребность бизнеса в упрощении процедур таможенного администрирования. В этом аспекте целесообразным представляется всестороннее изучение тенденций рынка услуг таможенных представителей.

Авторы Осипенко Н.И. и Колчева Д.В. [166, с. 141-142] рассматривают маркетинг таможенных услуг как деятельность субъекта маркетинга, направленную на выявление потребностей, продвижение и удовлетворение потребностей субъектов ВЭД при осуществлении ими экспортно-импортных операций, а также частных лиц при пересечении границы, приносящие им пользу и удобства за счет реализуемых для них услуг. Исходя из этого определения, таможенный представитель относится к субъектам маркетинга таможенных услуг.

Следует отметить, что автор Егорецкая О.В. и Филатов В.В. сформулировали пути совершенствования направлений маркетинга таможенных услуг [61, с. 256-261].

Авторы Красова Е.В., Останина В.М. считают, что таможенная процедура по своей экономической сущности представляет собой «важную и трудоемкую часть таможенного процесса, требующей специальных знаний и навыков в области таможенного законодательства...» [110, с. 108].

Для эффективной работы таможенных представителей и укрепления позиций на рынке брокеров в сфере таможенного дела предлагается использовать комплекс маркетинга «4С», представляющий собой

современную клиенториентированную концепцию, которая основана на потребностях и удобстве клиента.

Важно разработать маркетинговую стратегию, которая обеспечивала бы доступность продукта для клиентов и позволяла организации генерировать прибыль [34, С. 84].

Применение комплекса маркетинга «4С» в различных компаниях ранее рассматривалось многими отечественными авторами, среди которых: Бурмистров А. Н. [27, с. 3-9], Мартыненко О. В. [131, с. 90-98], Шарова А. А. [223, с. 147-154] и др.

Анализ научных трудов этих авторов позволяет дать характеристику 4 элементов, составляющих комплекс маркетинга «4С» (1С потребности клиента (customer needs), 2С затраты клиента (cost), 3С удобство (convenience), 4С коммуникация (communication), а также выделить преимущества данного комплекса, такие как:

- быстрая адаптация предприятий под реальные запросы рынка;
- минимизация издержек клиента и формирование ему более выгодных условий сотрудничества;
- фокус на решении проблем клиента, создание уникального предложения;
- акцент на коммуникациях и обратной связи, поддержка доверительных отношений с клиентом, способствующих увеличению их жизненного цикла;
- применимость концепции для сферы услуг, B2B, и других видов бизнеса, в которых важно учитывать особенности потребительского поведения.

Комплекс маркетинга «4С» позволяет следовать более целостному подходу к маркетинговой стратегии, принимая во внимание ключевые аспекты деятельности таможенного представителя (рис. 1.1).

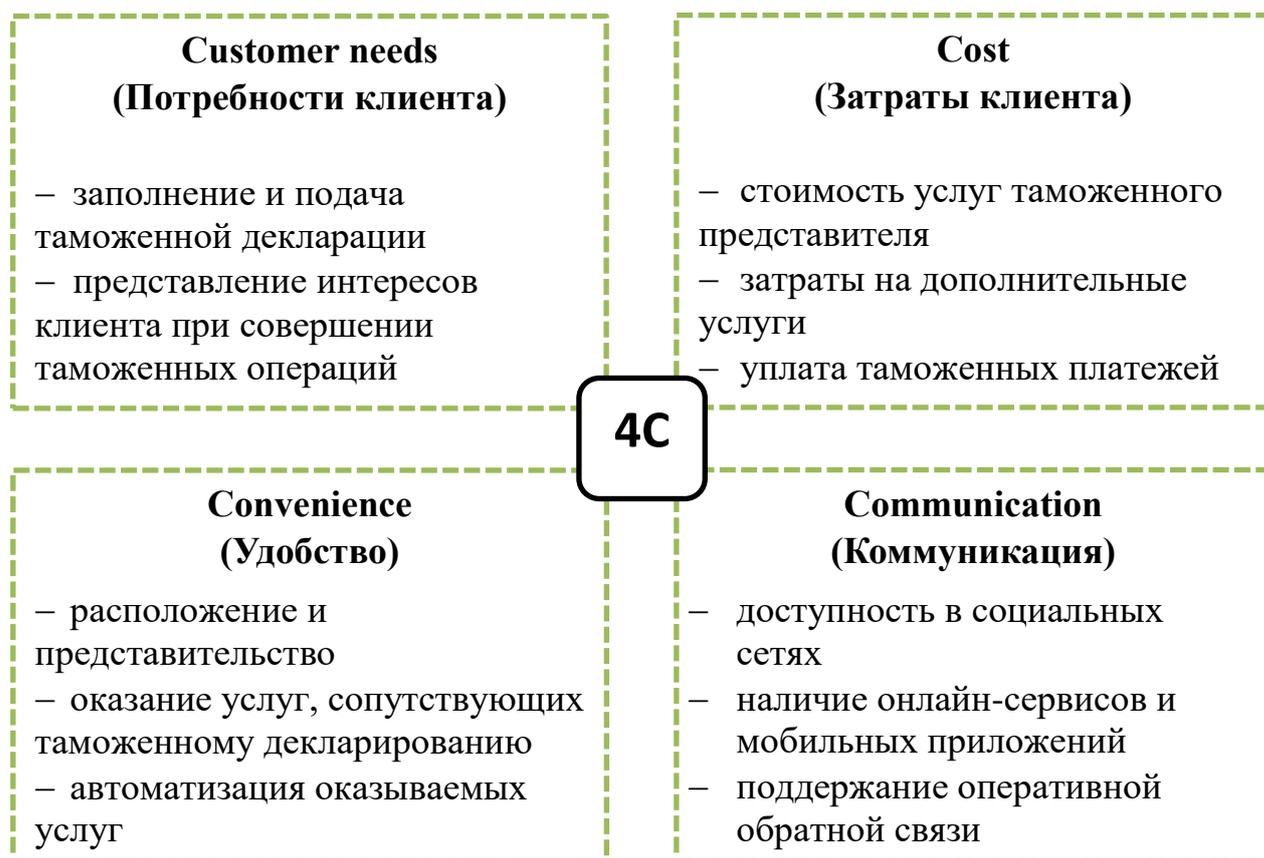


Рисунок 1.1 – Применение комплекса маркетинга «4С» в деятельности таможенных представителей

Основным элементом комплекса маркетинга «4С» является элемент «Потребности клиента», направленный на выявление реальных потребностей и ожиданий клиента (субъектов ВЭД и физических лиц, обращающихся за услугами к таможенному представителю).

Выполнение требований заказчика обеспечивает удовлетворенность качеством услуг таможенного представителя. От грамотного заполнения электронной таможенной декларации и соблюдения сроков ее подачи зависит дальнейшее беспрепятственное перемещение товара и его выпуск в свободное обращение.

При необходимости таможенный представитель удовлетворяет потребности клиента, представляя его интересы в таможенных органах при совершении таможенных операций, тем самым способствуя более эффективному взаимодействию и ускорению таможенных процессов.

Следующий элемент комплекса маркетинга «4С» – «Затраты клиента», который связан с ценообразованием и включает, непосредственно, стоимость услуг таможенного представителя, затраты на дополнительные услуги, а также сумму уплачиваемых таможенных платежей.

В большинстве случаев стоимость услуг таможенного представителя состоит из фиксированного тарифа за оформление, который включает стоимость заполнения первого и при наличии каждого дополнительного листа декларации на товары. Стоимость услуг таможенного представителя также зависит от таможенной процедуры, сложности заполнения декларации на товары, связанной со спецификой товара (например, смазочные масла, запчасти, медицинские приборы и устройства), уровня доверия к клиенту и др.

К затратам на дополнительные и сопутствующие услуги могут относиться предварительная консультация, транспортировка, организация погрузочно-разгрузочных работ, хранение и прочие услуги, предоставляемые таможенными представителями.

Таможенные платежи, уплачиваемые за перемещаемый товар, зависят от кода Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности (далее – ТН ВЭД), таможенной стоимости товаров, страны происхождения товаров и ставки таможенной пошлины [208]. Их сумма не может быть изменена без имеющихся на то законных оснований и подлежит контролю со стороны таможенных органов [150].

Элемент «Удобство» формируется доступностью услуги для клиента. Большое значение имеет расположение, поскольку клиенту предпочтительнее сотрудничать с таможенным представителем, местоположение которого находится в регионе с развитой таможенной инфраструктурой.

Кроме того, оперативному взаимодействию с субъектами ВЭД способствует нахождение таможенных представителей в крупных городах с высокой предпринимательской и деловой активностью. Учитывая большую протяженность РФ и широкую географию деятельности таможенных органов,

большим спросом пользуются таможенные представители, имеющие филиалы в различных городах.

Услуги таможенного представителя, прежде всего, связаны с совершением таможенных операций, однако, современные бизнес-процессы требуют оказания сопутствующих услуг, связанных с перемещением товаров через таможенную границу (организация доставки товаров, складское хранение товаров и т.д.). Данный комплекс услуг позволяет клиентам оптимизировать логистические процессы, снизить риски и повысить эффективность работы с таможенными органами.

В условиях больших объемов поступающей информации является приоритетной автоматизация услуг за счет использования ИИ и баз данных для оптимизации и ускорения оказания услуг.

Оперативность обработки информации может быть обеспечена за счет развития интернет-ботов с возможностью программного извлечения данных по заданным параметрам. Для этого потребуется сотрудничество со специалистами IT-сферы, аналитиками данных и экспертами в области автоматизации.

При оказании услуг таможенным представителем большое значение имеет использование такого элемента комплекса маркетинга «4С», как «Коммуникация». Так, доступность услуги таможенного представителя для клиента может выражаться в наличии официального сайта, наполненного информацией в отношении действующего таможенного законодательства, пояснений к ТН ВЭД, примеров описания и кодирования товаров при их таможенном декларировании.

В настоящее время особенно актуальна доступность в социальных сетях, которая обеспечивает быстрый обмен информацией между исполнителем услуг, в том числе таможенным представителем, и их заказчиком. Более высокий уровень коммуникации может быть достигнут за счет внедрения онлайн-сервисов и мобильных приложений для упрощения взаимодействия с клиентами. Применение этих цифровых технологий позволит

систематизировать процесс заполнения и подачи документов, интегрировать платежные системы, отслеживать статус груза и т.д. Кроме того, социальные сети и цифровые технологии могут служить платформой для обратной связи.

Дополнительное преимущество может быть предоставлено за счет доступа к круглосуточной онлайн-консультации для реальных и потенциальных клиентов.

Таким образом, адаптация комплекса маркетинга «4С» под специфику деятельности таможенного представителя в условиях высокой конкуренции на рынке посреднических услуг в сфере таможенного дела способствует улучшению качества услуг, укреплению репутации, повышению лояльности клиентов и развитию долгосрочных отношений. Дальнейшие исследования могут быть направлены на углубленный анализ цифровых решений и автоматизации в маркетинговых стратегиях.

Для эффективной работы таможенных представителей и укрепления позиций на рынке посреднических услуг в сфере таможенного дела нами предлагается использовать комплекс маркетинга «7Р» [201, с. 133-134].

Комплекс маркетинга «7Р», применяемый в разных сферах деятельности, как известно, представляет собой набор ключевых элементов маркетинговой стратегии, используемых предприятиями для эффективного продвижения своих товаров или услуг на рынке.



Рисунок 1.2 – Структурные элементы комплекса маркетинга «7Р»

Применение комплекса маркетинга «7Р» в сфере услуг ранее рассматривалось многими отечественными авторами, такими как: Стыцук Р. Ю. [201, с. 132-140], Шелгинская В. А. [225, с. 46-53], Кремер К. И. [111, с. 143-145] и др. Анализ научных трудов этих авторов позволяет дать характеристику 7 элементов, составляющих комплекс маркетинга «7Р» (1Р продукт (услуга) (product), 2Р цена (price), 3Р место (place), 4Р продвижение (promotional), 5Р люди (персонал) (people), 6Р общий процесс предоставления услуги (process), 7Р физическое окружение (physical evidence) (рис. 1.2), а также выделить преимущества данного комплекса (таблица 1.4).

Таблица 1.4 – Преимущества комплекса маркетинга «7Р»

Преимущество	Характеристика преимущества
Комплексный подход	возможность рассмотрения маркетинга с различных точек зрения и учета всех аспектов предпринимательства, влияющих на восприятие потребителями
Адаптивность	настройка и изменение каждого элемента комплекса маркетинга «7Р» в соответствии с потребностями и характеристиками конкретного рынка или сегмента
Фокус на потребителе	сосредоточение внимания на потребностях и ожиданиях клиентов, способствующее более точному определению их потребностей и предпочтений
Улучшенная координация	согласование различных аспектов маркетинговой стратегии предприятия и обеспечение их взаимодействия для достижения общих целей
Эффективное использование ресурсов	направленность каждого элемента комплекса маркетинга «7Р» на оптимизацию использования ресурсов предприятия
Создание конкурентного преимущества	возможность предприятия выделиться на рынке и создать уникальное предложение для своих клиентов, способствующая укреплению позиций на рынке
Улучшенный маркетинговый микс	обеспечение более полного и сбалансированного управления маркетинговыми ресурсами предприятия, стимулирующего развитие эффективной стратегии продвижения товаров или услуг

Комплекс «7Р» позволяет более целостно подходить к маркетинговой стратегии, учитывая основные направления деятельности таможенного представителя. Применение комплекса маркетинга «7Р» в деятельности таможенных представителей приведено в таблице 1.5.

Таблица 1.5 – Применение комплекса маркетинга «7P» в деятельности таможенных представителей

Структурный элемент комплекса маркетинга «7P»		Фактор, формирующий структурный элемент комплекса маркетинга «7P»
1P	Продукт (услуга) (product)	<ul style="list-style-type: none"> – скорость совершения таможенных операций – количество нарушений таможенного законодательства – специализация – компетентность
2P	Цена (price)	<ul style="list-style-type: none"> – репутация компании – количество товаров и контрактов – стоимость и количество груза – регулярность и особенности перевозки – сложность заполнения декларации на товары
3P	Место (place)	<ul style="list-style-type: none"> – близость к региону деятельности таможенного органа, таможенным логистическим терминалам и др. – местонахождение
4P	Продвижение (promotional)	<ul style="list-style-type: none"> – количество рекламных каналов – наполненность официального сайта
5P	Люди (персонал) (people)	<ul style="list-style-type: none"> – квалификация – наличие практического опыта
6P	Общий процесс предоставления услуги (process)	<ul style="list-style-type: none"> – оказание услуг, сопутствующих таможенному декларированию
7P	Физическое окружение (physical evidence)	<ul style="list-style-type: none"> – логотип компании – оформление профайла в социальных сетях – наличие обратной связи – внешний вид персонала

Основным элементом комплекса маркетинга «7P» является элемент «Продукт», а в случае таможенного представителя услуга, оказываемая им. Этот элемент должен предусматривать ключевые функции и преимущества, которые могут заинтересовать клиента. В частности, важен анализ рынка услуг таможенного представителя, выделение конкурентных преимуществ, составление перечня предполагаемых клиентов и потенциальных покупателей. Большое внимание следует уделять качеству предоставляемых услуг, которое определяется скоростью совершения таможенных операций,

отсутствием нарушений таможенного законодательства, допущенных таможенным представителем, и отсутствием административных дел, возбужденных на основании таких нарушений (рис. 1.3).

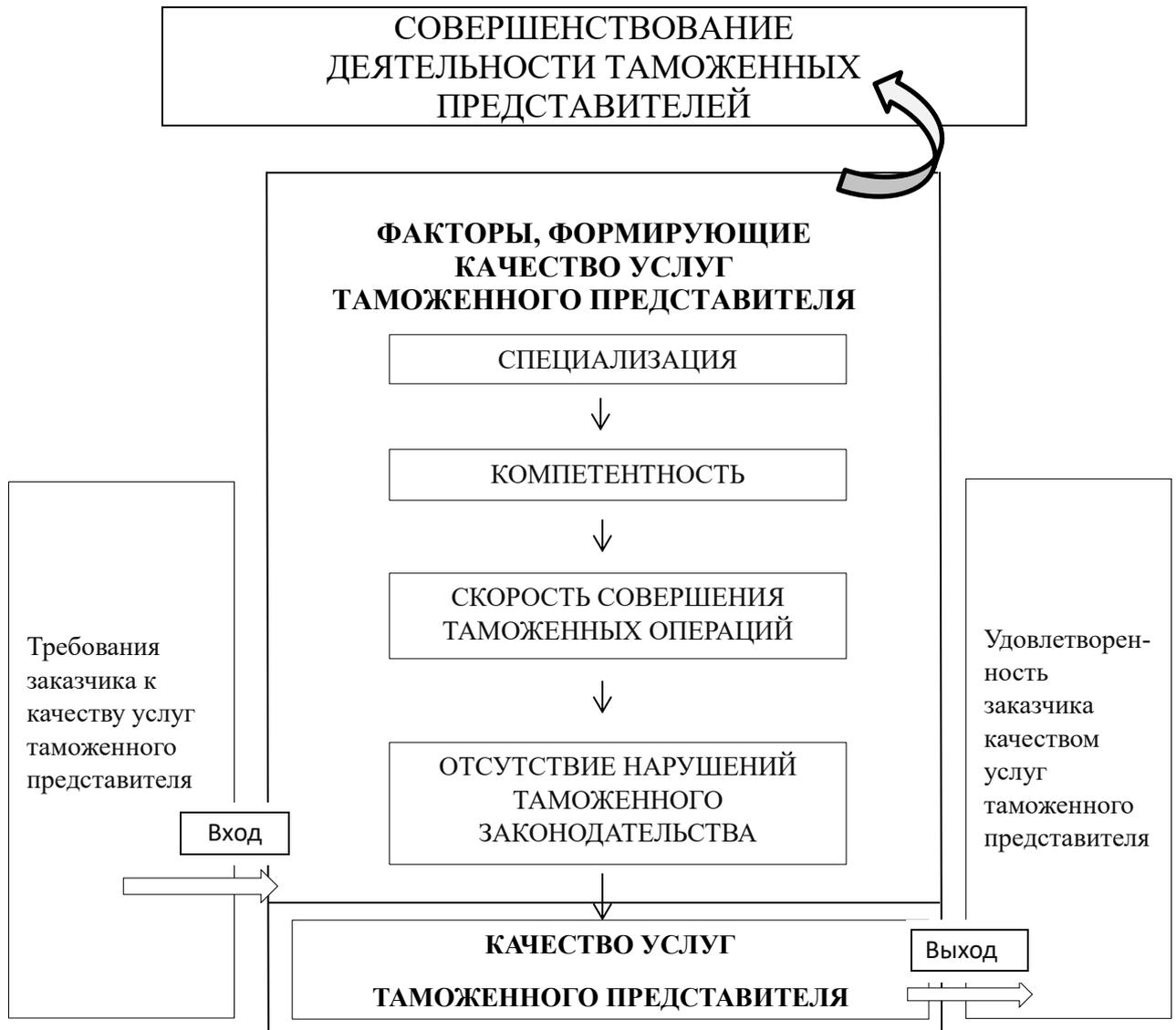


Рисунок 1.3 – Формирование качества услуг таможенного представителя

Среди таможенных представителей существует условная специализация, обусловленная различными факторами. Одни из них специализируются на оформлении импортируемых товаров, другие – экспортируемых товаров [229, с. 7-11]. Оформление документов на товары, помещаемые под таможенную процедуру экспорта, имеет меньшую стоимость, поскольку количество оформляемых документов значительно ниже в сравнении с количеством документов, оформленных на товары,

помещаемые под таможенную процедуру выпуска для внутреннего потребления [27, с. 181]. Также существуют таможенные представители, которые в равной степени занимаются двумя направлениями, они будут иметь конкурентное преимущество среди других таможенных представителей.

Следующий элемент комплекса маркетинга «7P» – «Цена». Он относится к стратегии ценообразования. По мнению Рагозинниковой Е. В. [186, с. 180-183], при выборе ценовой стратегии стоит уделять внимание конкурентным преимуществам компании, основываясь на мнении клиентов. На стоимость услуг, предоставляемых таможенными представителями, прежде всего влияют затраты на предоставление услуг, которые включают оплату труда сотрудников, затраты на программное обеспечение, оборудование, аренду офисных помещений и другие операционные расходы. Также на стоимость услуг таможенного представителями, оказывает влияние ряд факторов, к которым относятся: репутация компании, тип клиента, количество товаров и контрактов, стоимость и количество груза, регулярность и особенности перевозки, сложность заполнения декларации на товары, географическая составляющая, таможенная процедура, под которую помещается декларируемый товар, а также комплексность и качество предоставления услуг. Кроме того, на ценообразование на рынке услуг таможенного представителя существенное влияние оказывают экономические факторы (например, инфляция, валютные курсы и общая экономическая ситуация).

Элемент «Место» также является важным звеном в деятельности таможенного представителя, так как преимуществом будет обладать тот таможенный представитель, который находится ближе к региону деятельности таможенного органа, а также складам временного хранения и таможенным логистическим терминалам. Кроме того, таможенным представителям рекомендуется находиться в крупных городах, поскольку преимущественно в них располагается руководство предприятий, занимающихся ВЭД.

В оказании услуг таможенным представителем большое значение имеет использование такого элемента комплекса маркетинга «7P», как «Продвижение». Для продвижения своих услуг таможенный представитель может использовать различные рекламные каналы, социальные сети, SMS-рассылки, сайты). Важно, чтобы таможенный представитель имел официальный сайт с наполнением полезной информацией, касающейся актуального таможенного законодательства, пояснений к ТН ВЭД ЕАЭС, предварительных решений по классификации товара, примеров декларирования товаров и др.

Ключевым элементом комплекса маркетинга «7P» является элемент «Люди», т. е. персонал, оказывающий услуги таможенного представителя. В работе Шуклиной З. Н. [227, с. 234] отмечено, что основной функцией таможенного представителя является надежная защита интересов его клиента в процессе работы с таможенными органами, способствующая усилению маркетинговой ориентации процесса оказания таможенных услуг. Выбор клиентом опытного и квалифицированного таможенного представителя, позволяет ему оперативно пройти все требуемые процедуры в соответствии с действующим законодательством, исключить риски и минимизировать затраты. Совершенствование работы таможенного представителя предполагает повышение его профессионализма, компетентности и качества, полного правового и документального сопровождения, самостоятельности и оптимальной стоимости услуг. С. А. Абилова, Д. Н. Афонин [1, с. 12-13] считают, что одним из потенциальных способов повышения кадровых компетенций работников таможенных представителей может стать введение института публичной оценки работы таможенных представителей в РФ.

Следующий элемент комплекса маркетинга «7P», необходимый в деятельности таможенного представителя, – «Общий процесс предоставления услуги». В первую очередь услуга должна быть ориентирована на клиента, а затем учитывать интересы сотрудников. В разрезе данного элемента системы

маркетинга «7P» таможенным представителем могут оказываться услуги, сопутствующие таможенному декларированию.

Участникам ВЭД, обращающимся за помощью к таможенным представителям, выгоднее получать полный комплекс услуг, включая не только таможенное декларирование, а также транспортные и логистические услуги. При этом им целесообразно не разграничивать зону ответственности на несколько организаций, а получать все услуги по принципу единого окна.

Последним элементом комплекса маркетинга «7P» является «Физическое окружение». Он заключается в наличии обратной связи в социальных сетях и сайте таможенного представителя. При реализации этого элемента таможенным представителям следует изучать комментарии и отзывы, оставленные клиентами. Отрицательные отзывы могут способствовать повышению качества предоставляемых услуг. Также к физическому окружению можно отнести внешний вид и моральный облик персонала, оказывающий косвенное влияние на выбор клиентом того или иного таможенного представителя.

Учитывая вышеизложенное, применение комплекса маркетинга «7P» таможенными представителями будет способствовать улучшению общего имиджа на рынке, усилению конкурентных позиций, а также активизации продвижения и реализации оказываемых услуг. Следует отметить, что аналогичным образом данная модель может быть применена и в деятельности брокеров в других сферах (например, страховая, финансовая и др.). Также могут быть применены и другие модели маркетинга, например, Управление взаимоотношениями с клиентами (CRM – Customer Relationship Management), Всеобщее управление качеством (TQM – Total Quality Management) и «4C» (Customer, Cost, Convenience, Communication).

Представим систематизированный перечень мнений авторов научных публикаций о развитии маркетинга на рынке брокеров в соответствии с законодательными, экономическими, социальными, экологическими, маркетинговыми, инновационными, технологическими инициативами,

которые заложены в основу содержания дефиниции «маркетинг на рынке брокеров» (табл. 1.6).

Таблица 1.6 – Систематизированный перечень мнений авторов научных публикаций о развитии маркетинга на рынке брокеров

Авторы	Инициативы						
	<i>Законодательные</i>	<i>Экономические</i>	<i>Социальные</i>	<i>Экологические</i>	<i>Маркетинговые</i>	<i>Инновационные</i>	<i>Технологические</i>
Абилова С.А.	+						
Агамагомедова С.А.		+					
Азарян Е.М.					+	+	
Ананьева В.Н.		+	+				
Андреева Е.И.					+	+	+
Балашова Р.И.		+				+	+
Бессарабов В.О.		+			+	+	
Бурмистров А.Н.	+			+	+		
Войтов С.В.	+	+	+				
Гаджиев Н.Г.					+	+	+
Германчук А.Н.					+	+	+
Греков И.В.		+			+	+	
Денисова Н.А.	+	+	+	+			
Колчева Д.В.		+	+		+	+	
Марголин А.М.		+	+	+			
Морозов В.Г.	+	+	+			+	
Осипенко Н.И.	+	+	+			+	
Непарко М.В.	+	+	+			+	
Пилипчук В.В.		+			+	+	+
Сомов Ю.И.		+			+	+	+

Таможенный представитель совершает таможенные операции от имени декларанта, в том числе осуществляет таможенное декларирование товаров, помогает оформить соответствующие разрешительные документы, контролирует процесс перемещения товаров через таможенную границу, выполняет таможенные формальности до выпуска товаров в свободное обращение и др. [84, с. 588].

Кроме того, услуги таможенных представителей способствуют интересам государства, поскольку они являются участниками рынка, имеющими финансовую ответственность перед своими клиентами в форме страхования, гарантируют качество работы и соблюдение таможенного законодательства [56, с. 21].

Следует отметить, что при организации научного исследования важно обратить внимание на специфику маркетинга на рынке брокеров в таможенной сфере, которая считается многогранной, многофункциональной и стратегически значимой для новых территорий, экономики и страны на этапе социально-экономической интеграции в таможенное пространство РФ.

1.2 Тенденции развития рынка брокеров в условиях таможенного регулирования

Современная деятельность таможенных органов РФ ориентирована на обеспечение экономической безопасности, стимулирование внешнеэкономических связей и предпринимательской активности, обеспечение расширения и углубления международной экономической и политической интеграции. Основой для осуществления таможенной деятельности является действующая нормативная правовая база, касающаяся организации таможенного дела, таможенной сферы, рынка брокеров.

В контексте исследования тенденций развития рынка брокеров в условиях таможенного регулирования особого внимания заслуживает процесс интеграции новых субъектов РФ в единое экономическое и таможенное пространство.

Стоит отметить, что научный фундамент для анализа последующих интеграционных процессов был заложен, в том числе, в работах, посвященных более ранним этапам экономического сближения. Так, в период с 2021 по 2022 гг. существовала правовая база, направленная на создание единой таможенной

территории и развитие экономической интеграции между Донецкой и Луганской Народными Республиками [58]. В рамках этого этапа формировались институты управления, такие как Единый экономический совет и Единая экономическая комиссия [146, 147, 157], разрабатывались подходы к гармонизации таможенного законодательства и создавались предпосылки для формирования общего экономического пространства [6, с. 221-223].

С точки зрения маркетингового позиционирования кардинальное изменение правового и политического статуса этих территорий – их вхождение в состав РФ в 2022 году – привело к качественно новой ситуации. Присоединение Донецкой и Луганской Народных Республик, Запорожской и Херсонской областей к РФ стало катализатором существенных преобразований в организации таможенного дела на этих территориях, что оказало непосредственное влияние на развитие рынка брокерских услуг. В отличие от предыдущей модели межгосударственной интеграции, текущий процесс предполагает полную инкорпорацию в таможенную систему РФ.

Создание Донецкой и Луганской таможен, а также таможенных постов в Запорожской и Херсонской областях в составе Крымской таможни ознаменовало формирование новой институциональной структуры, в рамках которой происходит адаптация рынка брокерских услуг к единым стандартам таможенного администрирования ФТС России. В маркетинговом аспекте данный процесс сопровождается унификацией требований к таможенным представителям, что создает как новые вызовы, так и дополнительные возможности для участников брокерского рынка.

Особую значимость для развития маркетинга на рынке брокерских услуг приобретает гармонизация таможенного законодательства, предполагающая переход на применение Единого таможенного тарифа ЕАЭС и ТН ВЭД. Эта тенденция обуславливает необходимость совершенствования профессиональных компетенций таможенных брокеров, расширения спектра предоставляемых услуг и разработки новых маркетинговых стратегий,

ориентированных на особенности работы в условиях интегрированного таможенного пространства.

Существенное влияние на трансформацию рынка брокерских услуг оказывает внедрение современных таможенных технологий, включая подключение к централизованным информационным системам ФТС России, организацию электронного документооборота и применение единых методик управления рисками. Цифровизация таможенных процессов создает предпосылки для развития новых форматов взаимодействия таможенных брокеров с участниками ВЭД, что требует соответствующих адаптационных мер в области маркетингового позиционирования и продвижения услуг.

В условиях интеграционных процессов возрастает конкуренция на рынке брокерских услуг, что актуализирует задачу разработки клиентоориентированных маркетинговых стратегий, основанных на создании комплексной ценности для потребителей. Таможенные брокеры вынуждены пересматривать традиционные подходы к продвижению своих услуг, уделяя повышенное внимание таким аспектам, как консультационное сопровождение, оптимизация таможенных издержек и управление рисками в условиях меняющегося регуляторного поля.

При этом управление таможенными рисками, являющееся традиционной функцией таможенных органов, приобретает новое звучание в контексте маркетинга брокерских услуг. Для участников ВЭД надежность и минимизация рисков становятся ключевыми критериями выбора таможенного представителя.

Снижение таможенных транзакционных издержек и повышение экономической эффективности деятельности таможенных органов может быть обеспечено путем рационального баланса между качеством контроля, который проводится созданием условий, которые уменьшают или полностью устраняют преграды в трансграничной торговле и повышают тем самым конкурентоспособность отечественных товаропроизводителей [98, с. 67].

Вследствие этого формирование действенных инструментов управления таможенными рисками становится залогом нормального функционирования экономики. Управление таможенными рисками на территории новых субъектов РФ осуществляется в рамках единой системы ФТС России.

В связи с этим большое значение приобретают анализ и уточнение понятия «таможенная безопасность», а также исследование условий и принципов её обеспечения в динамично меняющейся экономической среде [97, с. 85]. Это позволяет выявить новые маркетинговые возможности для брокеров.

Понятие «таможенная безопасность» относительно редко встречается в научных трудах, тем не менее, вопросам теории и практики обеспечения таможенной безопасности уделяется определённое внимание. Так, методологические основы и практические рекомендации по обеспечению таможенной безопасности освещены в работах таких учёных: М.Н. Кобзарь-Фролова и В.А. Фролов [72, с. 83-84], В.Г. Морозов и В.А. Останин [134], П.В. Пашко [180, с. 304-312], Н.А. Шулепов [228, с. 89-97], Г.И. Немирова и С.В. Новиков [135], А.Л. Пастухов [179, с. 78-82].

Однако проведённый анализ публикаций показал отсутствие однозначной трактовки понятия «таможенная безопасность», что препятствует разработке эффективной системы её обеспечения.

В связи с наличием специфических рисков в составе концепции национальной безопасности, можно выделить как обособленный аспект понятие таможенной безопасности, охватывающее проблематику противодействия нарушениям таможенного законодательства, угрожающим экономическим интересам государства.

Раскрывая сущность понятия «таможенная безопасность», рассмотрим такие определения, как: «безопасность» и «экономическая безопасность».

Так, в [164] понятие «безопасность» определяется, как состояние, при котором не угрожает опасность, то есть защита от опасности. В соответствии с Федеральным законом «О безопасности» от 28.12.2010 № 390-ФЗ [139],

безопасность является основным критерием, обеспечивающим гарантии личных, естественных и неотчуждаемых прав и свобод личности, а также национальные интересы государства и общества в экономической, политической, экологической, социально-демографической и иных сферах.

Результаты научного исследования показывают, что в большинстве исследований рассматривается таможенная безопасность как одна из составляющих национальной безопасности, которая обеспечивается в процессе осуществления деятельности таможенной службы.

В целом отметим, что экономическая безопасность и ее состояние оказывают значительное влияние на защиту таможенных интересов, снижение внутренних и внешних угроз, минимизацию таможенных рисков [148].

Как справедливо отмечают авторы Пашко П.В., Писной П.Я., Демченко С.С., Наумич Ю.С. [180, с. 304-312], степень удовлетворения экономических интересов государства отражается внешнеэкономической и таможенной безопасностью.

Согласно Шулепову Н.А. [228, с. 91-92], таможенная безопасность является элементом национальной безопасности государства, которая обеспечивается таможенным законодательством, таможенными процедурами и таможенным контролем. Ученые Немирова Г.И. и Новиков С.В. [135] утверждают, что таможенная безопасность – это особый аспект экономической безопасности государства, отражающий состояние защищённости национальных интересов государства в таможенной сфере.

В работе авторов Кобзарь-Фроловой М.Н., Фролова В.А. [72, с. 83-84] рассматриваются вопросы обеспечения безопасности в таможенной сфере, под которой подразумевается совокупность правовых норм и организационных мероприятий, устанавливающих и обеспечивающих порядок перемещения товаров и транспортных средств через таможенную границу.

Таким образом, анализ показал, что на сегодняшний день не выработано единое определение понятия «таможенная безопасность». Поэтому представляется целесообразным под таможенной безопасностью понимать

такое качественное состояние системы национальной безопасности, при котором обеспечивается защита интересов государства, хозяйствующих субъектов и граждан от рисков, возникающих при перемещении товаров, транспортных средств и иных объектов таможенного контроля через таможенную границу.

В этой связи анализ понятия «таможенная безопасность» позволяет выявить новые маркетинговые возможности для брокеров. Таможенная безопасность, понимаемая как защита интересов государства и хозяйствующих субъектов от рисков при перемещении товаров через таможенную границу, создает основу для формирования уникального торгового предложения брокерских компаний. Так, компетенции в области обеспечения таможенной безопасности трансформируются из сугубо технической функции в мощный маркетинговый инструмент. Брокеры, способные гарантировать клиентам соблюдение требований таможенной безопасности, получают существенное конкурентное преимущество на рынке.

Отметим, что проблема оценки эффективности деятельности таможенных органов, вызывающая значительный интерес у исследователей [19, 54, 180], имеет непосредственное значение для формирования маркетинговых стратегий таможенных брокеров. В контексте маркетинга на рынке брокерских услуг отсутствие единого системного подхода к оценке эффективности таможенной деятельности создает как вызовы, так и возможности для дифференциации предложения.

В частности, Пашко П.В. считает, что «четко определив показатели оценки деятельности таможенных органов по реализации таможенного дела, можно определить состояние таможенной безопасности, которое достигается через эффективную реализацию таможенного дела в стране в целом» [180, с. 304-312]. Для таможенных брокеров это означает, что показатели эффективности таможенных органов могут служить индикаторами для формирования их собственных маркетинговых КРІ и позиционирования на рынке.

Недостаточный уровень изучения проблемы эффективности таможенного дела, отмеченный Белозеровой С.В. [19, с. 9], создает поле для маркетинговой активности брокеров. В условиях отсутствия однозначных критериев эффективности таможенной деятельности, брокерские компании получают возможность самостоятельно формировать и предлагать клиентам системы оценки качества своих услуг, превращая этот пробел в конкурентное преимущество.

Итак, объективное и достоверное оценивание эффективности деятельности таможенных органов требует разработки адекватных критериев для его проведения. Среди критериев эффективности государственного механизма выделяется результативность деятельности государственного аппарата. Основными составляющими модели оценки результативности государственного аппарата являются: объект оценки; общие цели, для достижения которых функционирует объект; конкретные задачи, выполнение которых способствует достижению указанных целей.

Критерий в общепризнанном понимании представляет собой определенный количественный или качественный признак, на основании которого осуществляется оценка любых явлений, проявлений функционирования материальных и нематериальных субъектов, классификация предметов материального и духовного мира, это фактически «эталон», по которому производится отношение и мнение о целесообразности и эффективности функционирования определенного субъекта.

С точки зрения маркетингового позиционирования комплексный подход к оценке эффективности функционирования органов государственной власти, предложенный Деминым А.А. [54], может быть адаптирован для создания систем оценки эффективности брокерских услуг. Функциональное оценивание, оценивание расходной составляющей и критерии специальной социальной эффективности могут лечь в основу разработки клиентоориентированных моделей оценки качества брокерского обслуживания.

Функциональное оценивание раскрывает, характеризует и позволяет оценивать роль органов власти в общественном развитии. Оценивание расходной составляющей охватывает материальные, финансовые, кадровые, информационные и другие расходы на функционирование государственного аппарата. Среди критериев специальной социальной эффективности автор выделяет: профессионализм государственных служащих, распределение прав и полномочий между структурными подразделениями и их работниками и др. [54].

Таким образом, существующие методологические проблемы оценки эффективности таможенной деятельности создают благоприятные условия для развития маркетинговых инструментов таможенных брокеров, позволяя им формировать собственные системы показателей эффективности как элемент конкурентного преимущества и основу для ценообразования на рынке брокерских услуг.

Эффективность функционирования таможенных органов представляет собой комплексный показатель качества системы управления [214]. Применительно к маркетингу брокерских услуг данный подход может быть трансформирован в систему оценки эффективности самих брокерских компаний, где интегральным выражением выступает вероятность достижения маркетинговых целей.

Эффективность в таможенной сфере, определяемая как свойство процесса управления, в маркетинговом измерении трансформируется в способность брокера адаптировать свои услуги к изменяющимся требованиям таможенного регулирования. Три ключевых аспекта эффективности – результативность, ресурсоемкость и оперативность – могут служить основой для формирования конкурентных преимуществ таможенных брокеров на рынке.

Отметим, что эффективность таможенной службы оцениваются в зависимости от таких факторов, как:

- наполнение государственного бюджета;

- пресечение незаконного оборота запрещенных к ввозу/вывозу товаров, а также противодействует контрабанде;
- соблюдение участниками ВЭД таможенного законодательства при проведении внешнеэкономических операций;
- оперативное и юридически грамотное оформление внешнеэкономических сделок.

Также следует отметить важность оценивания уровня содействия таможенных органов развитию внешнеторговой деятельности с учетом необходимости обеспечить должный уровень экономической безопасности государства. Исходя из вышеизложенного, необходимо выделять основные критерии оценивания эффективности функционирования таможенных органов.

Таким образом, для многофункционального исследования эффективности работы таможенных органов, показатель качества его результатов должен включать в себя минимум три группы компонентов, характеризующих возможные целевые эффекты (результативность функционирования, затраты ресурсов и затраты). Отметим, что для комплексной оценки экономической эффективности таможенной деятельности необходимо использовать количественные и качественные показатели с их дифференциацией для разных уровней управления и типов таможенных правоотношений.

Эффективность деятельности таможенных органов, оцениваемая по таким критериям как наполнение бюджета, пресечение незаконного оборота товаров и соблюдение законодательства участниками ВЭД, косвенно влияет и на маркетинговые стратегии брокеров. Высокие стандарты таможенного администрирования создают среду, в которой профессиональные брокерские услуги становятся не просто желательными, а необходимыми для успешного ведения ВЭД.

Анализ зарубежного опыта таможенно-тарифного регулирования сохраняет свою актуальность в контексте интеграции новых территорий в

единое таможенное пространство ЕАЭС. Мировой опыт стран, создавших эффективные системы таможенного администрирования [80, с. 199-200], представляет значительный интерес для разработки современных маркетинговых стратегий таможенных брокеров, работающих в условиях трансформирующегося рынка.

Исследование особенностей таможенно-тарифного регулирования ведущих стран мира позволяет выявить инструменты, которые могут быть адаптированы таможенными брокерами для повышения ценности своих услуг. Например, механизм стимулирования экспорта, успешно применяемый в Индонезии, когда экспортер представляет план экспорта с указанием импортных материалов и банковскую гарантию, что позволяет импортеру получить освобождение от пошлины [194, с. 52-53], демонстрирует потенциал разработки комплексных консультационных услуг по оптимизации таможенных платежей.

Опыт таких стран, как Китай с его системой содействия экспорту, США с отработанной процедурой таможенной оценки на основе Закона о тарифах 1930 г., и Япония с ее сложным, но эффективным таможенным тарифом, сгруппированным в четырех колонках [33, с. 80], предоставляет богатый материал для формирования уникальных конкурентных преимуществ брокерских компаний. Специфика японского подхода демонстрирует, что способность к стратегическому тарифному планированию – включая выбор оптимальных кодов ТН ВЭД, обоснование таможенной стоимости и применение тарифных преференций – позволяет брокеру позиционировать себя не как исполнителя операционных процедур, а как стратегического консультанта, способного предвидеть и минимизировать финансовые риски клиента.

Практика унификации тарифных ставок в таких странах, как Чили и Боливия, указывает на общемировую тенденцию к упрощению таможенных процедур. В условиях интеграции новых территорий в таможенное пространство РФ и ЕАЭС [10, с. 37-38], способность брокера гарантировать

клиенту быструю и точную классификацию товара по ТН ВЭД ЕАЭС, избегая доначислений таможенных платежей и задержек, становится для него конкретным рыночным преимуществом, которое он может заявить в своей маркетинговой коммуникации.

Таким образом, адаптация международного опыта позволяет таможенным брокерам перейти от роли операционных исполнителей к статусу стратегических партнеров, способных предложить клиентам комплексные решения, минимизирующие риски и издержки в условиях меняющегося регуляторного поля. Это напрямую способствует реализации ценностно-ориентированной концепции маркетинга на рынке брокерских услуг, разработанной в данном исследовании.

Анализ зарубежного опыта таможенно-тарифного регулирования [33, 80, 194] подтверждает эту тенденцию. В странах с развитыми системами таможенного администрирования именно брокеры с глубокими знаниями в области соблюдения нормативных требований и управления рисками занимают лидирующие позиции на рынке.

Следовательно, современные тенденции развития рынка брокеров в условиях таможенного регулирования характеризуются тесной взаимосвязью между усилением требований таможенной безопасности и необходимостью разработки продуманных маркетинговых стратегий, основанных на экспертизе и управлении рисками.

Таким образом, интеграция новых территорий в единое таможенное пространство РФ выступает значимым фактором, определяющим современные тенденции развития рынка брокеров. Этот процесс, в отличие от предшествующих моделей экономической интеграции, характеризуется полным переходом под юрисдикцию таможенного законодательства РФ, что стимулирует трансформацию маркетинговых стратегий таможенных представителей, способствует внедрению инновационных подходов к организации брокерской деятельности и создает новые векторы для научных исследований в области маркетинга на рынке таможенных услуг.

1.3 Концепция маркетинга на рынке брокеров

Таможенный брокер помогает участникам ВЭД на всех этапах подготовки и регистрации груза и составляет документы согласно установленным требованиям с полным описанием товара. В его обязанности входит оказание помощи в получении сертификатов и других разрешительных документов установленного образца. Грамотное взаимодействие с органами пограничного контроля создает все предпосылки для успешного прохождения груза.

В ходе научного исследования были рассмотрены научные труды таких ученых, как: Е.В. Красовой и В.М. Останиной [110, с. 108-118], Н.А. Денисовой и А.А. Кононова [55, с. 21-29], К. П. Федоренко и В.В. Витюка [218, с. 120-127], которые большое внимание уделили роли и проблемам института таможенных представителей в развитии ВЭД, международному опыту развития института таможенного представителя.

В маркетинговой деятельности важно построить эффективное бизнес-взаимодействие и на рынке брокеров в таможенной сфере данный принцип играет стратегически значимую роль. Взаимоотношения с брокером осуществляются по сформированным и урегулированным правилам и маркетологам следует данные правила проанализировать и разработать предложения и рекомендации по совершенствованию взаимодействия и оптимизации процесса сопровождения операций по перемещению грузов через таможенную границу. Брокерская деятельность направлена на оформление документации по спланированным вариантам взаимодействия, которые осуществляются под печать брокера, также под печать владельца товарной партии (клиента) и под печать брокерской компании:

– таможенный брокер оформляет сделку и документы под свою печать, при этом, согласно установленным правилам, подписывается и заключается 2 контракта, один с поставщиком, другой непосредственно с брокером. Все действия скоординированы и выполняются согласно установленным

требованиям и сопровождаются регламентированными действиями и закрепляются электронно-цифровой подписью (далее – ЭЦП);

- сделки оформляются под печать клиента (владельца товарной партии), когда все документ готовится для клиента полностью на его все официальные данные. При этом клиент должен соответствовать установленным требованиям, быть юридическим лицом и иметь ЭЦП;

- при подготовке документов по внешнеэкономической сделке под контракт с компанией таможенного брокера данная компания полностью берет на себя ответственность за таможенное оформление перемещения груза, его получение груза, его последующее оформление и передачу получателю.

Расширение базы партнерских отношений положительно отражается на комплексном предоставлении услуг. Сотрудничество осуществляется на обоюдных условиях. Партнерство проводится на постоянной основе, со следующими организациями (рис. 1.4).

В качестве примера успешной реализации маркетинговой стратегии можно рассмотреть практику компаний, занимающих лидирующие позиции на рынке. Анализ конкурентных преимуществ лидирующих компаний на рынке таможенных брокеров (на примере ООО «РТБ») [191] позволяет выделить такие ключевые факторы успеха:

- высокий уровень оказываемых услуг;
- развитая партнерская сеть;
- регулярное прокачивание собственных навыков;
- следование действующим инновациям;
- открытость в бизнес-отношениях;
- выполнение финансовых договоренностей с партнерами.

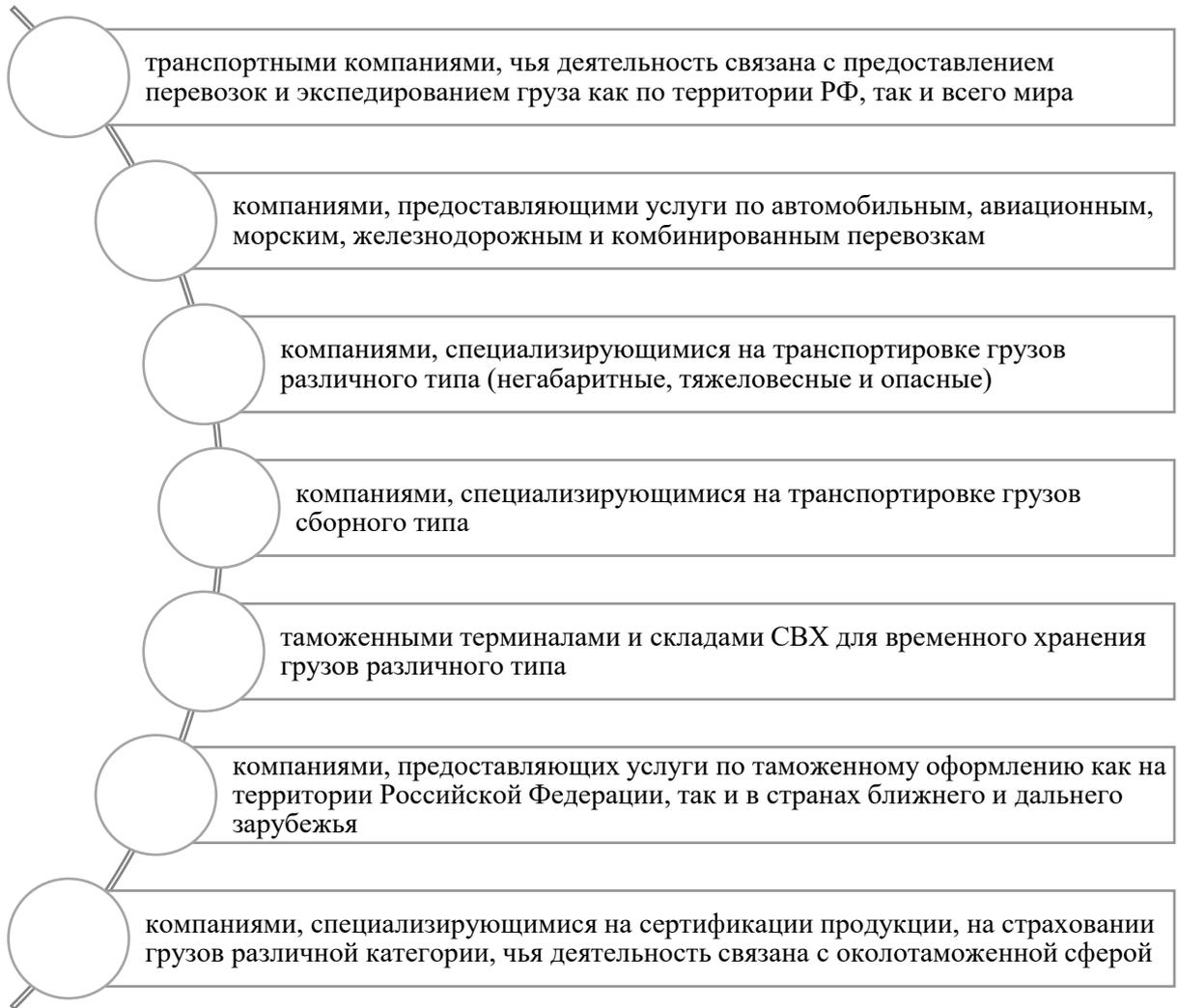


Рисунок 1.4 – Перечень баз партнеров в таможенной сфере

Партнерство ведется на регулярной основе после подписания договора. Документ содержит развернутую информацию относительно условий сотрудничества, с прописыванием обязанностей каждой стороны. Договор несет юридическую силу.

Брокерские компании занимают значимое место в ВЭД. Основная задача организаций – предоставление комплексных услуг по логистике, перевозке и доставке грузов в независимости от габаритов товаров и дальности расстояния. Работа проводится в установленные сроки по доступным тарифным планам [14, с. 64-65].

На мировом рынке быстро меняющиеся требования к производству и срокам поставок возлагают на таможенных брокеров повышенную

ответственность за предоставление экспертных консультационных и брокерских услуг по таможенному оформлению. Независимо от скорости, с которой груз достигает пунктов назначения, сложные таможенные процедуры и требования к документации могут привести к задержкам на неопределенный срок, что приведет к значительным расходам на хранение для получателей.

В контексте формирования клиентоориентированной системы на рынке брокерских услуг традиционная модель, ограниченная исключительно таможенным оформлением, демонстрирует свою недостаточность для построения устойчивых конкурентных преимуществ. Современная маркетинговая стратегия таможенного брокера должна быть нацелена на создание комплексной ценности для клиента, что предполагает выход за узкие рамки таможенных процедур и охват смежных, критически важных для участника ВЭД областей. Одной из таких областей, обладающих значительным, но зачастую недооцененным маркетинговым потенциалом, является сфера валютного контроля и финансового сопровождения внешнеторговых контрактов [93, с. 17-22]. В современных условиях, характеризующихся ужесточением требований регуляторов и усложнением финансовых потоков, компетенции брокера в этой сфере трансформируются из вспомогательной функции в мощный инструмент маркетингового позиционирования, позволяющий перейти от отношений простого оказания услуг к модели стратегического партнерства.

Деятельность таможенного брокера, основанная на принципах маркетинга взаимодействия, закономерно распространяется на смежные процессы, оказывающие непосредственное влияние на эффективность и безопасность внешнеэкономической операции клиента. Валютный контроль, осуществляемый таможенными органами и уполномоченными банками в целях обеспечения экономической безопасности государства и противодействия незаконному движению капитала [140], представляет для участников ВЭД значительную административную и регуляторную проблему [140, 93, с. 21-22]. Необходимость постановки контракта на учет, получение

уникального номера контракта, подготовка и представление справок о подтверждающих документах, а также строгое соблюдение установленных законодательством сроков формируют сложный бюрократический ландшафт [143]. Риски, связанные с ошибками или несвоевременным исполнением этих процедур, простираются от существенных финансовых потерь в виде штрафов до блокировки расчетов по контракту, что может парализовать внешнеторговую деятельность компании. В этой ситуации брокер, обладающий соответствующей экспертизой, выступает не просто как исполнитель, а как «буфер» и проводник, ограждающий клиента от этих рисков.

Интеграция услуг по валютному контролю в портфель брокера создает устойчивое конкурентное преимущество за счет комплексного подхода, которое может быть эффективно использовано в маркетинговых коммуникациях. Во-первых, это приводит к значительному снижению транзакционных издержек клиента. Компания-участник ВЭД избавляется от необходимости содержать в штате или привлекать отдельного специалиста по валютному законодательству [140], передавая эти функции команде брокера, которая действует в едином процессном контуре с таможенным оформлением. Это не только экономит финансовые ресурсы, но и оптимизирует управленческие усилия, консолидируя ответственность. Во-вторых, существенно повышается операционная надежность и скорость прохождения всех этапов сделки. Согласованность действий по подготовке таможенной декларации и документов для банка исключает характерные для разрозненных процессов «узкие места» и простои. Например, корректное и заблаговременное указание уникального номера контракта в графе 44 декларации на товары становится не технической деталью, а элементом бесшовного сквозного процесса, который курирует брокер. В-третьих, клиент получает беспрецедентный уровень прозрачности и управляемости, поскольку все этапы движения товара и сопутствующих финансовых потоков

координируются из единого центра, что позволяет более эффективно прогнозировать и планировать бизнес-операции.

Таким образом, компетенции в области валютного контроля становятся не просто дополнительной услугой, а стержневым элементом маркетинговой стратегии, основанной на ценности и доверии. Это находит прямое отражение в авторской концепции маркетинга на рынке брокеров. Способность брокера гарантировать клиенту безупречное прохождение не только таможенных, но и финансовых процедур, в том числе в части соблюдения требований валютного законодательства [140], является основой для формирования «бренда доверия» и репутации надежного партнера. Данный подход является практической реализацией сервисной персонализации, при которой стандартный набор услуг трансформируется под конкретные нужды клиента, включая его потребность в финансовой и регуляторной безопасности. В конечном счете, это приводит к созданию многоуровневой потребительской ценности, где ценность для клиента заключается уже не в разовой экономии на тарифе за оформление, а в гарантированной минимизации совокупных рисков и обеспечении бесперебойности его ВЭД в долгосрочной перспективе.

Следовательно, развитие компетенций и активное продвижение услуг в сфере валютного контроля является для таможенного брокера не тактическим ходом, а стратегической необходимостью. Это позволяет на практике осуществить декларируемую в исследовании трансформацию из операционного исполнителя в стратегического партнера, способного не только формально совершить таможенные операции, но и взять на себя ответственность за комплексное и безопасное завершение всей внешнеэкономической операции в соответствии с требованиями таможенного и валютного законодательства [140, 150], тем самым внося непосредственный вклад в укрепление рыночных позиций своего клиента и подтверждая актуальность и практическую значимость разработанной концепции маркетинга.

Для устойчивого функционирования маркетинга на рынке брокеров стратегия развития рынка таможенных брокеров и организация таможенной системы должны ориентироваться на социальный эффект и соответствовать общегосударственной стратегии развития страны. Этого можно достичь путем оптимизации таможенных операций и технологий осуществления брокерских услуг [219, с. 81-82].

В таких условиях решение проблемы маркетинга на рынке брокеров в системном плане связано с формированием концепции маркетинга на рынке брокеров и с поиском эффективных решений формирования приоритетов стратегии развития рынка таможенных брокеров [22, с. 48-49].

В результате научного исследования разработана концепция маркетинга на рынке брокеров (рис. 1.5).

Концепция маркетинга на рынке брокеров представляет собой стратегическую парадигму, реализуемую через инновационную систему управления отношениями между брокером и клиентом. Её ключевой особенностью является переход от традиционного понимания маркетинга как продвижения услуг к его роли как механизма формирования устойчивого доверия, обеспечения персонализированного сопровождения инвестиционной активности и достижения цифровой прозрачности во взаимодействиях [129, с. 45-46].

Данная концепция объединяет рыночные, поведенческие и технологические подходы, превращая брокерский сервис в ценностно-ориентированную платформу, где ключевым продуктом является доступ к рынкам капитала и созданный для клиента опыт [84, с. 164-165].

Ее ключевыми отличиями от традиционного маркетинга являются акцент на создании доверия и управлении рисками восприятия; от классического брокерского подхода – ориентация на формирование долгосрочного клиентского партнерства, в основе которого лежит индивидуализация сервиса; от маркетинга в смежных финансовых сферах – интеграция аналитики, цифровых технологий и образовательных

инструментов, трансформирующих клиента в активного участника инвестиционного процесса.



Рисунок 1.5 – Концепция маркетинга на рынке брокеров

Актуальность и практическая значимость предложенной концепции маркетинга находят убедительное подтверждение в условиях системного перелома глобальных торговых отношений и санкционного давления. В новой реальности, характеризующейся резкими изменениями, конкурентное позиционирование брокера эволюционировало от базовых критериев «цена-скорость-надежность» к роли организатора безопасных и предсказуемых

логистико-правовых коридоров. Маркетинг брокерских услуг претерпел фундаментальную трансформацию, превратившись из инструмента тактического привлечения клиентов в стратегический ресурс обеспечения не только собственного выживания и роста, но и устойчивости бизнеса клиентов. На смену транзакционной модели, при которой брокер воспринимался как подрядчик на разовую операцию, пришла модель стратегического партнерства, где ключевой ценностью является способность сопровождать весь жизненный цикл внешнеэкономической операции в условиях высокой неопределенности.

В результате научного исследования представлена обоснованная концепция маркетинга на рынке брокеров как стратегическая парадигма управления рыночным позиционированием и клиентскими взаимодействиями, основанная на интеграции доверия, цифровых технологий и сервисной персонализации, трансформирующая традиционное посредничество в многоуровневую систему создания потребительской ценности. Её внедрение позволяет формировать устойчивое конкурентное преимущество через нематериальные активы (репутация, бренд доверия, клиентское сообщество) и обеспечивать баланс интересов субъектов рынка.

ВЫВОДЫ К РАЗДЕЛУ 1

1. Определена стратегическая роль маркетинга как ключевого фактора конкурентоспособности и развития рынка брокеров. В условиях цифровизации, глобализации торговли и усиления конкурентной борьбы маркетинг перестает выполнять исключительно инструментальную функцию продвижения и трансформируется в системообразующий элемент бизнес-модели таможенного брокера. Его стратегическая значимость заключается в способности не только развивать отдельные брокерские структуры, но и повышать общую эффективность ВЭД за счет оптимизации взаимодействия между её участниками и создания дополнительной клиентской ценности.

Научная актуальность исследования обусловлена необходимостью разработки новых теоретико-методологических основ маркетинга, адекватных современным вызовам, что представляет значительный интерес как для развития маркетинговой теории в сервисной сфере, так и для формирования конкурентоспособных рыночных стратегий таможенных посредников.

2. Установлены маркетинговые аспекты эффективности таможенного администрирования как институциональной среды для брокерской деятельности. Эффективность управления в таможенной сфере, формирующей ключевые условия для работы брокеров, рассмотрена с позиции взаимного усиления трёх основных составляющих: результативности, ресурсоемкости и оперативности. Данный комплексный подход служит маркетинговой методологической основой, позволяющей брокерам оценивать и прогнозировать изменения в регуляторной среде. Понимание взаимосвязи этих составляющих позволяет брокеру позиционировать свои услуги не просто как выполнение процедур, а как решение, повышающее общую эффективность цепочки поставок клиента, что становится важным элементом конкурентного предложения.

3. Обоснована концепция маркетинга на рынке брокеров как стратегическая парадигма управления рыночным позиционированием и клиентскими взаимодействиями, основанная на интеграции доверия, цифровых технологий и сервисной персонализации, трансформирующая традиционное посредничество в многоуровневую систему создания потребительской ценности. Её внедрение позволяет формировать устойчивое конкурентное преимущество через нематериальные активы (репутация, бренд доверия, клиентское сообщество) и обеспечивать баланс интересов субъектов рынка. Концепция базируется на авторской дефиниции «маркетинг на рынке брокеров» как целенаправленная система формирования и управления ценностно-коммуникационным пространством взаимодействия между брокером и клиентом, в рамках которой финансовые инструменты, информационные потоки и сервисные технологии интегрируются в единый

механизм доверительного сопровождения инвестиционной активности, ориентированный не только на экономическую выгоду, но и на долгосрочную устойчивость отношений, основанных на прозрачности, вовлеченности и синергии интересов, отличается обеспечением долгосрочности клиентского партнерства на основе индивидуализации сервиса, что позволит формировать устойчивое конкурентное преимущество через нематериальные активы (репутация, бренд доверия, клиентское сообщество), долгосрочную лояльность и обеспечивать баланс интересов субъектов рынка.

Основные положения раздела опубликованы в научных работах [80, 84, 85, 93].

РАЗДЕЛ 2

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА БРОКЕРОВ

2.1 Мониторинг рыночных условий работы брокеров в современных условиях

Прежде чем перейти к оценке конкретных маркетинговых инструментов и показателей, представляется методологически важным сформулировать целостный подход к анализу маркетинговой среды, в которой функционирует таможенный брокер. Такой подход можно представить в виде модели поэтапного анализа цепочки формирования и реализации клиентского решения.

На первом этапе необходимо проанализировать внешнюю среду, которая генерирует сам спрос на услуги брокера. Эту среду характеризуют такие факторы, как динамично изменяющееся таможенное законодательство, повышенные риски административных и уголовных нарушений для участников ВЭД, а также сложность таможенных операций в условиях интеграции новых территорий. Именно эти внешние вызовы и барьеры создают для субъектов ВЭД объективную потребность в профессиональном посреднике, формируя тем самым фундамент рынка брокерских услуг.

На втором этапе, столкнувшись с необходимостью выбора, клиент вырабатывает систему критериев, позволяющих ему дифференцировать предложения на рынке. Этот этап логически приводит к необходимости формирования структурированной панели индикаторов, объективизирующих процесс выбора.

Наконец, на третьем этапе декларируемые брокером компетенции должны находить практическое подтверждение в его повседневной операционной деятельности, что требует эмпирической верификации его экспертного потенциала. Предложенная трехуровневая модель позволяет

системно оценить маркетинг на рынке брокеров, последовательно переходя от макроэкономического контекста к микроуровню конкретных инструментов и компетенций.

Маркетинговые исследования в области организации и осуществления таможенных операций и выполнения таможенных услуг, непосредственно таможенными брокерами проводятся на основе официальных данных, полученных путем статистических исследований, и оценки деятельности таможенных брокеров с учетом экономических и социальных преобразований, которые наблюдаются в обществе и экономике страны и прежде всего отражают реальное положение внешнеэкономической политики страны [184, с. 136-137].

ФТС России находится в ведении Министерства финансов Российской Федерации и ее деятельность регламентируется федеральными и конституциональными законами и нормативными правовыми актами, международными договорами, актами таможенного регулирования, законодательными и нормативными актами министерств и ведомств РФ, Федеральной налоговой службы, Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации, которые взаимодействуют на всех этапах таможенного управления [170, 172, 173, 175, 176].

Масштабное взаимодействие между ФТС России ведется с Всемирной таможенной организацией по ряду стратегических направлений [169].

ФТС России [177] обнародовала данные о стоимостных объемах экспорта и импорта за 2022 г. Из них следует, что российский экспорт по сравнению с 2021 г. вырос 19,9 % и составил данный показатель 591 млрд. дол., импорт сократился на 11,7 % – до 259 млрд. дол. Внешнеторговый оборот свидетельствует о повышении показателя и его рост на 8,1 %, при этом оборот внешней торговли составил 850 млрд. дол. (рост на 8,1 %) [190].

Развитие экспортно-импортных операций за 2022-2024 гг. обуславливает постоянное увеличение количества таможенных представителей (рис. 2.1).

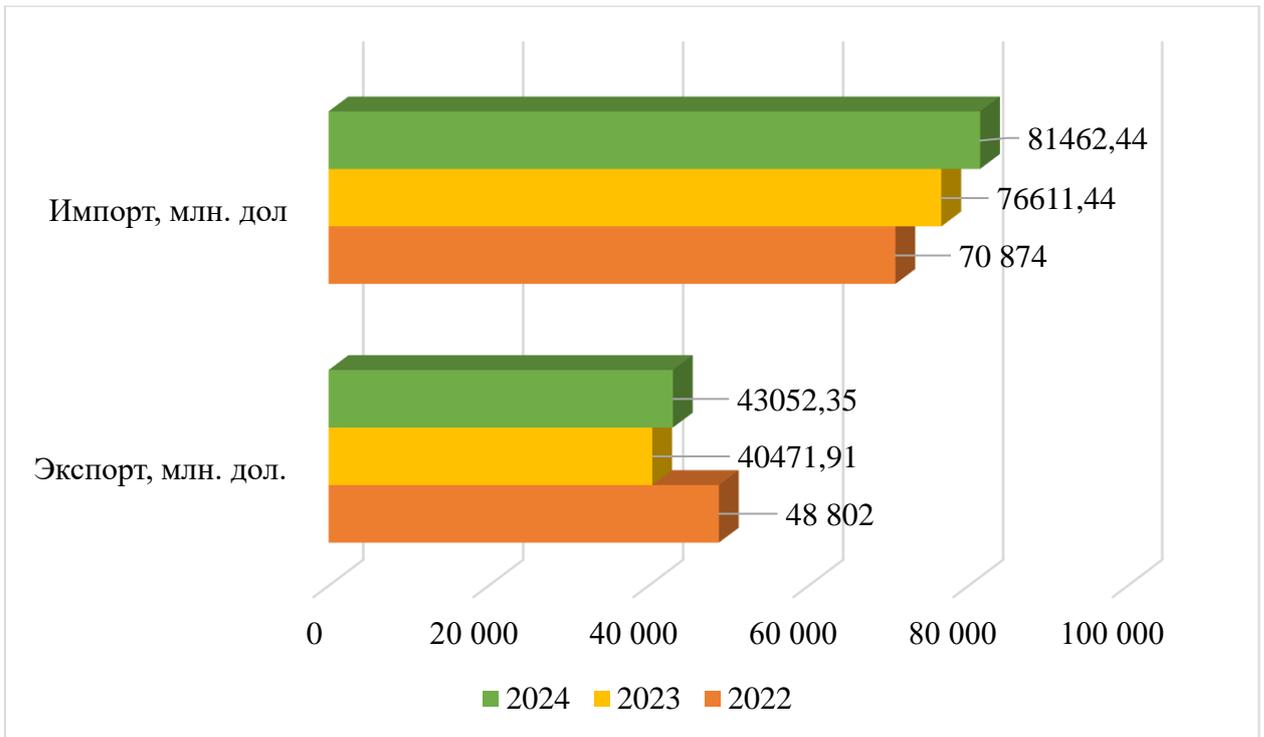


Рисунок 2.1 – Оценка экспортно-импортных операций в стране за 2022-2024 гг., млн. дол.

В развитии экспортно-импортных операций в 2024 г. и с переходом в отчетный 2025 г. заканчивается фаза переориентации на новые вызовы и структурные инициативы. В 2024 г. показатели внешнеторговых операций были соизмеримы с показателями 2021 г. т.е. докризисного периода, связанного с масштабными западными санкциями (табл. 2.1).

Таблица 2.1 – Оценка экспортно-импортных операций в стране за 2022-2024 гг., млн. дол.

Показатели	2022	2023		2024	
		Объем рынка	Темп роста к 2022 г.,%	Объем рынка	Темп роста к 2023 г.,%
Экспорт, млн. дол.	48 802	40471,91	-17,07	43052,35	6,38
Импорт, млн. дол.	70 874	76611,44	8,09	81462,44	6,33

ФТС России в 2023-2024 гг. занималась укреплением безопасности и суверенитета РФ на ее границах. В частности, были созданы Донецкая и Луганская таможни, а также Запорожский и Херсонский таможенные посты в

составе Крымской таможни. Личный состав этих подразделений прошел обучение и приступил к работе.

По итогам работы за 2023 год ФТС России собрала более 5,2 трлн рублей таможенных платежей, что на 12 % больше, чем в 2022 году. Прогнозное задание по импортным платежам на 2023 год уже выполнено на 101 %. Полный план по платежам на текущий год составляет более 6,4 трлн рублей [177].

ФТС России ежегодно формирует отчеты о деятельности таможенных служб и правонарушениях, которые допускаются при перемещении таможенных границ (Приложение А Территориально-структурное деление таможенных органов Российской Федерации). Например, в 2022 году таможенными органами возбуждено 146 936 дел об административных правонарушениях. Наибольшее количество дел (25 190 дел) среди них возбуждено в связи с нарушениями, связанными с недекларированием либо недостоверным декларированием товаров. Это составляет 17,1 % от общего количества возбужденных дел [183]. Представим официальные данные открытых источников ФТС России о нарушениях в организации ВЭД (табл. 2.2).

Таблица 2.2 – Оценка нарушений субъектов хозяйствования в таможенной сфере за 2022-2024 гг.

Показатели	2022 г.		2023 г.		2024 г.	
	Уд. вес, %	Офиц. дел	Уд. вес, %	Офиц. дел	Уд. вес, %	Офиц. дел
Уголовные дела	1847		1822		1914	
Административные правонарушения	146936		156104		166336	
В т.ч.						
Юридических лиц	50,7	74495	45,7	71325	45,2	75142
Физических лиц	29,5	43361	32,0	49817	32,9	54707
Должностные лица	11,9	17415	13,1	20501	12,7	21193
Предприниматели	7,8	11352	9,1	14224	9,1	15118

Большинство таких административных правонарушений совершаются по причине отсутствия у субъектов ВЭД достаточных знаний и навыков декларирования товаров, перемещаемых через таможенную границу. На основании этого приобретают значимость услуги таможенных представителей, которые являются посредником между таможенными органами и субъектом ВЭД.

В качестве таможенного представителя выступает юридическое лицо, которое имеет профессиональные компетенции и специальные навыки, которое официально включено в Реестр таможенных представителей, которые выполняют таможенные операции и сопровождают операции и сделки по ВЭД по поручению декларанта или иного заинтересованного лица [208].

По состоянию на 31.03.2023 г. в Реестре таможенных представителей зарегистрировано 1585 таможенных представителей, из них 696 действующих [188]. Несмотря на сложности входа на рынок для таможенного представителя, развитие экспортно-импортных операций способствует постоянному росту их количества. В результате научного исследования систематизированы показатели динамики количества таможенных представителей за 2022-2024 гг. (рис. 2.2).



Рисунок 2.2 – Динамика количества таможенных представителей за 2022-2024 гг., ед. [192]

Рост числа таможенных представителей усиливает конкуренцию в этой области и подчёркивает важность преимуществ, которые получает участник ВЭД, выбирая сотрудничество с определённым таможенным представителем. Учитывая высокий уровень конкуренции на рынке посреднических услуг в сфере таможенного дела, таможенным представителям необходимо осуществлять продвижение своих услуг с помощью инструментов маркетинга, которые будут направлены на достижение цели, связанной с привлечением и удержанием клиентов, а также повышением реализации услуг [105, с. 219-220].

В настоящее время на территории ДНР отсутствует рынок брокерских услуг в области таможенного дела и поэтому субъекты ВЭД вынуждены совершать таможенные операции самостоятельно либо обращаться к таможенным представителям, находящимся за пределами ДНР. Следует отметить, что институт таможенного брокерства (представительства) в Донецком регионе активно функционировал и развивался последние 30 лет. Ведущими предприятиями, оказывавшими таможенные брокерские услуги в г. Донецке являлись ООО «Спрут», ООО «ТЛЦ «Восточный», ООО НПЦ «ИНСАЙТ», ООО «МАК-ИНВЕСТ», ФЛП Пикалов Ю. В. и др. Они активно сотрудничали с субъектами ВЭД, а также физическими лицами, в частности, по вопросам таможенного оформления транспортных средств для личного пользования.

Рынок таможенных брокерских услуг в ДНР до 2023 года состоял из нескольких ключевых сегментов, каждый из которых имел свои особенности и целевые аудитории. Эти сегменты классифицированы по различным критериям, таким как: тип клиентов, предоставляемые услуги, география деятельности и отрасли (таблица 2.3).

Таблица 2.3 – Критерии сегментации рынка таможенных брокерских услуг в Донецкой Народной Республике до 2023 г.

Тип клиентов	корпоративные клиенты
	малый и средний бизнес
	физические лица
Тип предоставляемых услуг	декларирование грузов
	консультационные услуги
	логистические услуги
	комплексные решения
География деятельности	работающие в пределах одного региона или города
	охватывающие несколько регионов или всю территорию ДНР
	крупные компании, работающие на международном уровне
Отраслевые сегменты в разрезе деятельности клиентов	торговля и розничная торговля
	производственные предприятия
	агропромышленный сектор

Конкуренция на рынке таможенных брокерских услуг в ДНР характеризовалась как высокая, с интенсивной борьбой за новых клиентов, постоянным улучшением качества услуг и внедрением инновационных технологий. Однако, ситуация изменилась в 2023 году после вхождения ДНР в состав РФ и интеграцией в российское правовое поле. Так, вместо Закона Донецкой Народной Республики от 25.03.2016 №116-ИНС «О таможенном регулировании в Донецкой Народной Республике» в ДНР, начал действовать Федеральный закон от 03.08.2018 № 289-ФЗ «О таможенном регулировании в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» [150], соответственно, понятие таможенного брокера заменено понятием «таможенный представитель».

В сравнении с законодательством ДНР, действовавшим до 2023 года, законодательством РФ установлены более высокие требования к включению юридического лица в реестр таможенных представителей, ключевыми из них являются:

– получение статуса таможенного представителя только юридическим лицом (пп. 44, п. 1, ст. 2 [208]);

– установление размера страховой суммы не менее 20 миллионов рублей (ст. 347 Федерального закона от 03.08.2018 № 289-ФЗ);

– требование к обеспечению исполнения обязанностей таможенного представителя в размере, эквивалентном не менее 500 тыс. евро (Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 15.09.2017 № 64).

Отмеченное свидетельствует, что новое законодательство значительно ограничило возможности включения таможенных брокеров, работавших в ДНР, в Реестр таможенных представителей. Кроме того, сложности в получении разрешительных документов, высокие затраты на приобретение программных продуктов и соответствие квалификационным требованиям существенно снижают предпосылки к восстановлению таможенной брокерской деятельности в ДНР.

Следует обратить внимание, что с 2024 года наблюдается положительная динамика восстановления экономики ДНР, ставшая следствием принятия Федерального закона от 24.06.2023 № 266-ФЗ «О свободной экономической зоне на территориях ДНР, Луганской Народной Республики, Запорожской области и Херсонской области». Этот закон представляет собой комплексную законодательную меру, направленную на создание благоприятных условий для экономического роста и привлечения инвестиций в Донецкой и Луганской Народных Республиках, а также в Запорожской и Херсонской областях. Основное внимание в законе уделяется созданию особого правового режима, предоставлению налоговых и таможенных льгот, а также установлению прав и обязанностей резидентов свободной экономической зоны.

Создание свободной экономической зоны на территории ДНР будет способствовать экономическому развитию региона за счет привлечения

инвестиций, создания новых рабочих мест, развития инфраструктуры и улучшения предпринимательской среды. Это, в свою очередь, может привести к росту экономической активности, увеличению доходов бюджета и улучшению социально-экономического положения населения.

Активизация экономических процессов, в том числе и внешнеэкономических, повысит потребность в брокерских услугах, в частности услуг таможенных представителей. Соответственно данная задача должна решаться привлечением в ДНР представителей из других регионов РФ или появлением таможенных представителей в ДНР. Однако, для этого желательно на переходной период снизить требования, связанные с установлением размера страховой суммы и обеспечением исполнения обязанностей таможенного представителя.

Таким образом, увеличение количества таможенных представителей как участников рынка таможенных брокерских услуг, будет способствовать высокому уровню конкуренции и стимулированию таможенных представителей постоянно совершенствовать свою деятельность. Для этого рекомендуется, например, применение соответствующих комплексов маркетинга, в том числе комплекса маркетинга «7Р».

Восстановление экономики ДНР требует возобновления и развития рынка таможенных брокерских услуг и увеличения количества таможенных представителей в ДНР, которые будут способствовать активизации ВЭД в регионе.

Большое количество таможенных представителей способствует конкуренции в данном виде услуг и актуализирует вопрос преимуществ, которые может получить субъект ВЭД, оказав предпочтение сотрудничеству с конкретным таможенным представителем. В связи с высоким уровнем конкуренции на рынке посреднических услуг в сфере таможенного дела таможенным представителям следует осуществлять маркетинговую политику по продвижению своих услуг в цифровой среде, улучшению имиджа на рынке, используя комплексный маркетинговый подход [201, с. 132-133].

Анализ статистических данных ФТС России позволяет выявить ключевые тенденции развития рынка таможенных услуг, имеющие фундаментальное значение для формирования маркетинговых стратегий таможенных брокеров. Внедрение электронного декларирования по принципу «единого окна» в 2017 году стало переломным моментом, обеспечив оформление 4,4 млн деклараций и продемонстрировав не только операционную эффективность, но и создав новые маркетинговые возможности для участников рынка за счет стандартизации и прозрачности процессов [94, с. 145].

Фискальная результативность рынка была наглядно продемонстрирована в 2022 году, когда за полугодие таможенными органами в федеральный бюджет было перечислено 3 трлн 488,1 млрд рублей. Особого внимания заслуживает тот факт, что достигнутый результат на 16,3 % превысил прогнозное задание, а сумма дополнительно перечисленных платежей составила 488,1 млрд руб. [70, с. 11-12]. Этот показатель свидетельствует не только об эффективности таможенного администрирования, но и о значительном экономическом потенциале рынка таможенных услуг.

Динамика объемов таможенного оформления демонстрирует устойчивый рост. Как видно из данных, представленных в таблице 2.4, за период с 2020 по 2024 годы наблюдается последовательное увеличение количества оформляемых деклараций на товары с 5 250 160 до 5 261 042 единиц. Визуальное представление этой динамики отражено на рисунке 2.3, где четко прослеживается общая тенденция к росту, несмотря на отдельные колебания в отдельные периоды.

Таблица 2.4 – Объем оформления таможенных деклараций в Российской Федерации, единиц за 2017-2024 гг.

Наименование	2020	2021	2022	2023	2024
Оформлено деклараций за товары, единиц	5250160	5173410	5210460	5240315	5261042

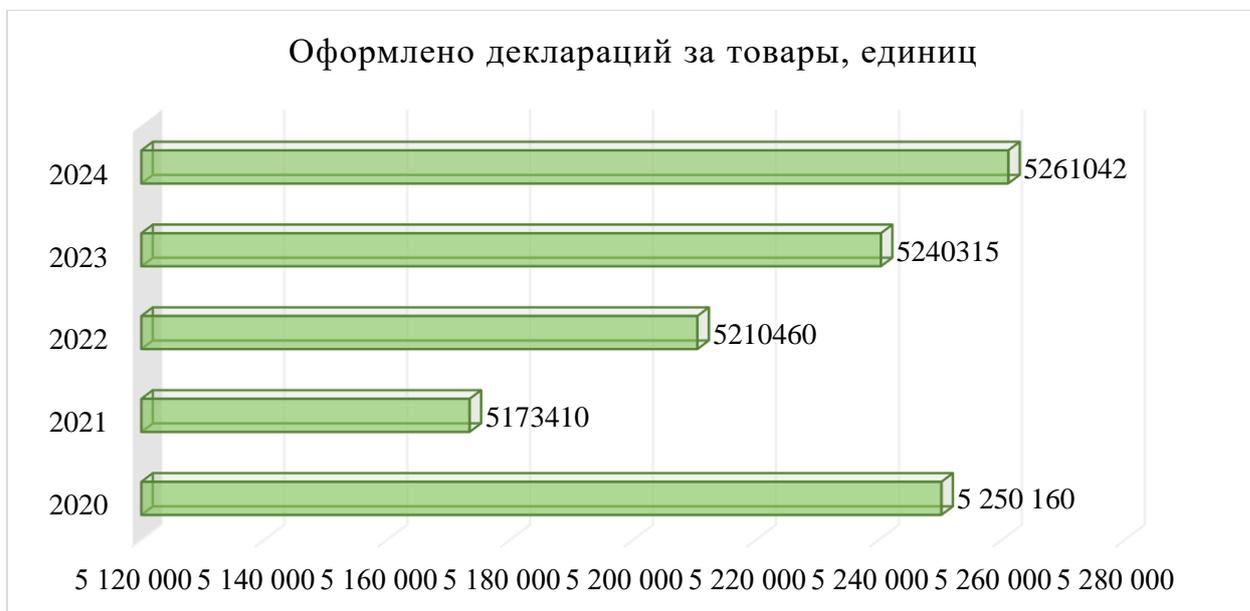


Рисунок 2.3 – Объем оформления таможенных деклараций в Российской Федерации, единиц за 2020-2024 гг.

Структурный анализ рынка таможенных деклараций в разрезе сегментов за период 2019-2024 годов, представленный в таблице 2.5, выявляет ключевую особенность – устойчивое доминирование аутсорсинговых услуг. Доля услуг, оказываемых таможенными брокерами, стабильно превышает 80 % от общего объема оформления, что свидетельствует о глубокой институционализации данного института в системе ВЭД.

Таблица 2.5 – Динамика изменения объемов оформления таможенных деклараций в Российской Федерации, единиц за 2019-2024 гг.

Наименование	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Оформлено деклараций за товары самостоятельно, единиц	855401	860240	864190	872430	945128	976178
<i>Аутсорсинг</i>						
Под ЭЦП клиента	1423450,3	1451460,4	1467108,9	1520439,1	1530412,4	153470,0
Под ЭЦП брокера	2103210,4	2130450,2	2160451,3	2210360,0	212340,0	213401,0
Всего на аутсорсинг	3526660,7	3581910,6	3627560,2	3730799,1	3731109,1	3741010,4

Статистические показатели таможенных операций свидетельствуют о стабильном росте спроса на аутсорсинговые услуги. В 2021 году объем операций по оформлению деклараций составил около 3,6 млн единиц, в 2022 году – около 3,7 млн единиц, что превысило показатель предыдущего года на 2,8 %. Эта положительная динамика сохранилась и в последующие периоды, подтверждая устойчивость тенденции к росту в 2023 и 2024 годах.

Сегмент услуг под ЭЦП брокера, представляющий наибольшую ценность для профессиональных участников рынка, сохраняет лидирующие позиции. Это свидетельствует о готовности клиентов делегировать максимальный объем функций и подтверждает востребованность комплексных брокерских решений, что имеет непосредственное значение для разработки маркетинговых стратегий таможенных представителей.

Самостоятельное таможенное оформление, как правило, осуществляют крупные и средние компании, которые имеют в собственном штате специалиста по таможенному сопровождению внешнеэкономических операций. Преимуществами такого подхода являются возможность самостоятельного контроля всех сопутствующих операций и выполнения финансовых расчетов. Однако существенным недостатком выступает повышенный уровень рисков при таможенном перемещении грузов,

связанный с возможными ошибками в оформлении и соблюдением постоянно меняющегося таможенного законодательства.

Стоимость таможенных услуг формируется под влиянием множества факторов, что создает широкие возможности для ценовой дифференциации и построения гибких маркетинговых стратегий. На уровень тарифов существенное влияние оказывают:

- конъюнктура рынка и уровень спроса на таможенные услуги брокеров, их квалификация и деловая репутация;
- характеристики товара и груза, вид используемого транспортного средства;
- категории субъектов ВЭД и их отраслевая принадлежность;
- таможенная процедура, под которую помещаются товары;
- тип таможенной операции, предусматривающий необходимость использования складов временного хранения или специализированных терминалов;
- вид таможенных деклараций и формат их заверения (под ЭЦП брокера или ЭЦП клиента).

При оформлении таможенной декларации стоимость аутсорсинговой услуги варьируется в зависимости от комплекса предоставляемых услуг. Услуги под ЭЦП брокера, включающие подготовку, предоставление и выпуск декларации в таможне (без учета или с учетом услуг складов временного хранения), в период 2022-2024 годов составляли 17-25 тыс. руб. за одну декларацию. В случае оказания услуг под ЭЦП клиента стоимость находилась в диапазоне 15-18 тыс. руб. за одну таможенную декларацию.

Эта ценовая дифференциация формирует многоуровневое конкурентное поле, в котором таможенные брокеры выстраивают свои маркетинговые стратегии, позиционируя себя либо как операционных исполнителей отдельных процедур, либо как стратегических партнеров, принимающих на себя полную ответственность за организацию и сопровождение внешнеэкономических операций.

Представим статистические и прогнозные данные относительно показателей стоимости всех процедур по оформлению таможенной декларации на аутсорсинг, что позволяет сформировать динамику изменения рынка аутсорсинга оформления декларации на товары в стоимостном выражении. Полученные данные позволят увидеть общую картину, которая складывается на рынке таможенных услуг и перспектив развития рынка аутсорсинговых услуг (табл. 2.6).

Таблица 2.6 – Динамика изменения рынка аутсорсинга оформления таможенных деклараций в Российской Федерации за 2019-2024 гг., %

Наименование	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Абс. откл. 2024 г. от 2023 г.
Под ЭЦП клиента	22	21	22	23	24	24	-
Под ЭЦП брокера	34	34	36	37	37	39	2
Самостоятельно	44	45	44	40	44	45	1

Оценка деятельности аутсорсинговых компаний на рынке брокеров, например, для сравнения, в 2016 г. и 2017 г. при оформлении таможенных деклараций под ЭЦП брокера, при заключении соответствующего договора, и под ЭЦП клиента, указывают на тот факт, что объем рынка аутсорсинговых услуг оценивается в 2016 г. в 43 млрд руб., в 2017 г. – в 49 млрд руб. (рис. 2.4).

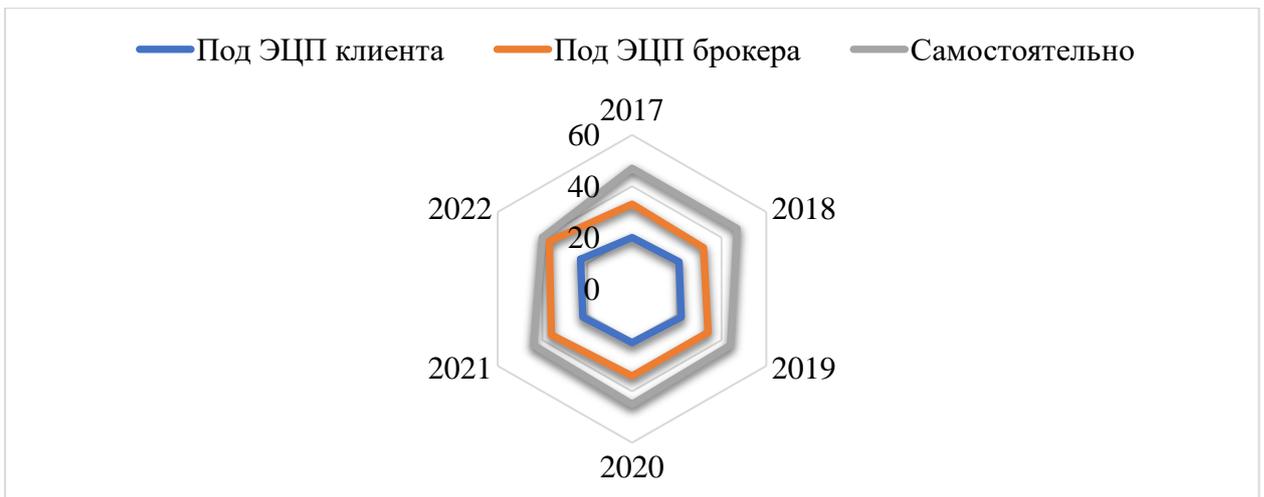


Рисунок 2.4 – Динамика изменения рынка аутсорсинга оформления таможенных деклараций в Российской Федерации за 2017-2022 гг., %

Чтобы еще больше укрепить этот аспект маркетинговой деятельности, например Globalink [233] поддерживает сеть складов временного хранения по всему Китаю, СНГ и Ближнему Востоку. До этих объектов, которые подходят для перевозки любого груза, можно добраться автомобильным, железнодорожным или воздушным транспортом и обеспечить быструю таможенную очистку грузов в пункте прибытия.

В маркетинговой деятельности на рынке брокеров в таможенной сфере играют важную роль аутсорсинговые компании, которые предлагают посреднические услуги оформлению таможенных деклараций, что позволяет обеспечивать эффективное сопровождение таможенной сделки на всех этапах осуществления ВЭД [177] (рис. 2.5).

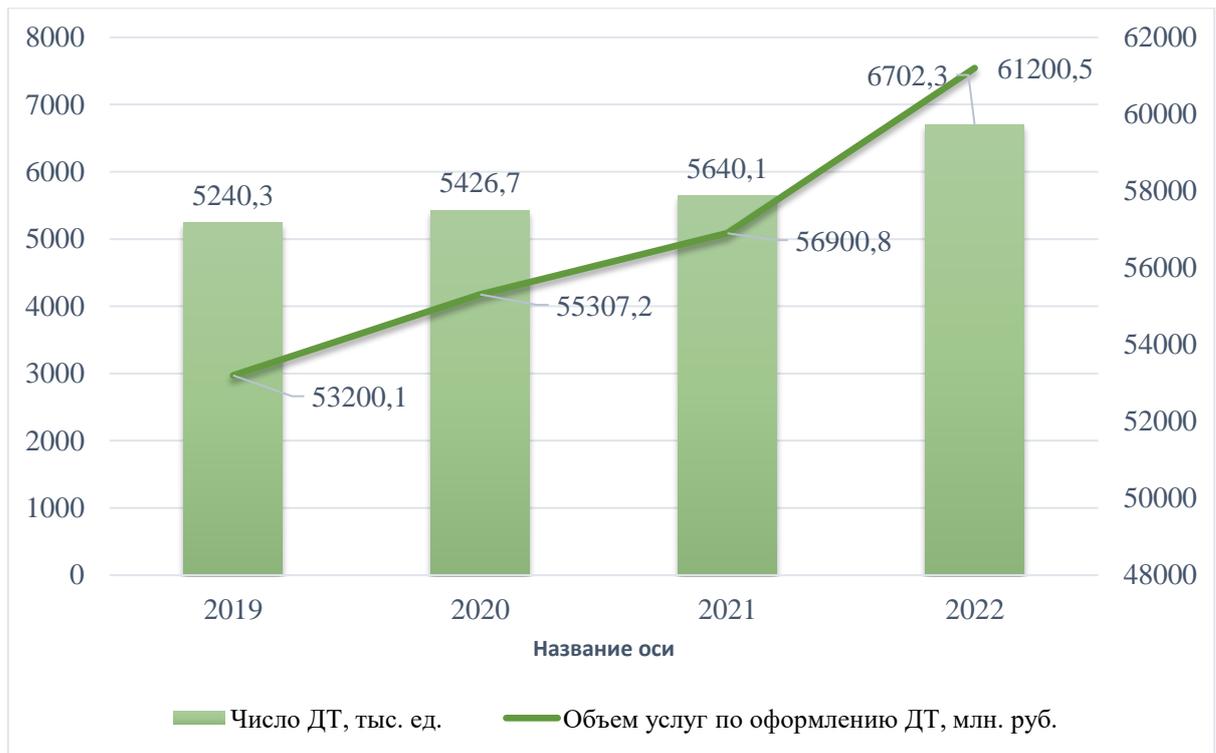


Рисунок 2.5 – Динамика изменения емкости рынка аутсорсинга оформления таможенных деклараций в 2019-2022 гг., тыс. ед. и млн. руб.

При этом также отмечается, что в настоящее время 60 % внешнеторговых сделок проходит под мониторингом таможенных представителей на фоне того, что административных правонарушений с их стороны совершается в 7 раз меньше, чем декларантами [55, с. 26].

Институт таможенных представителей в современных условиях со своим предназначением справляется. В то же время, не следует забывать, что его надлежащее функционирование не в малой степени обеспечено контролем, осуществляемым со стороны таможенных органов [218, с. 125].

Эксперты и их представители утверждают, что присутствие на рынке услуг именно аутсорсинговых услуг при оформлении таможенных операций всегда будет пользоваться спросом, хотя определены статистические показатели, которые указывают на то, что удельный вес аутсорсинговых операций будет в будущем отличаться по сравнению с настоящим периодом исследования и соотношение показателей будет следующим: в настоящее

время этот показатель составляет 75-80 %, а в будущем прогнозируется снижение данного показателя до уровня 40-41 % [178].

Обратим внимание на роль таможенных перевозчиков, деятельность которых в работе таможенных брокеров очень важна. Таможенные перевозчики обладают рядом преимуществ для клиентов, так как использование их услуг позволят осуществлять перевозку нерастаможенных грузов без обеспечения уплаты таможенных платежей. Для получения статуса таможенного перевозчика юридическое лицо должно соответствовать определенным требованиям, а также подать заявление на включение в реестр таможенных перевозчиков [13, с. 152-153].

Процедура ведения государственных реестров таможенных перевозчиков выполняется согласно нормативным требованиям и на ее основе производится поиск и выбор таможенных брокеров с соответствующими критериями.

Однако все процессы интеграции, трансформации, расширения границ, которые в настоящее время происходят в ВЭД, при всех реальных сложных политических и экономических событиях в связи с западными санкциями.

Маркетинговое исследование рынка брокеров может проводиться путем обзора рынка брокерских услуг, объема рынка, емкости рынка и динамика российского рынка брокерских услуг, структуры рынка по виду оказываемых услуг в РФ, оценки текущих тенденций и перспектив развития исследуемого рынка брокерских услуг [66, 168].

Анализ рынка брокерских услуг в РФ проводится крупными исследовательскими центрами систематически с целью выявления тенденций функционирования рынка брокеров и перспектив его развития [5].

Объем рынка таможенных брокеров в РФ в 2024 году вырос на 12,7 % (Приложение В Отчет об исполнении основных показателей работы таможенных органов Российской Федерации за 2023-2024 гг.) [57].

В итоговом докладе о результатах и основных направлениях деятельности ФТС России за 2024 г. [66]. В табл. 2.7 представлены показатели динамики развития рынка таможенных брокеров за период 2019-2024 гг.

Таблица 2.7 – Показатели динамики развития рынка таможенных брокеров за период 2019-2024 гг.

Показатель	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Объем рынка таможенных брокеров, млрд. руб.	42,1	36,2	50,4	55,0	46,9	52,9
Темп прироста, %	-2,3	-14,0	39,2	9,0	-14,6	12,7

Внедрение маркетинговых инноваций отразилось на развитии российского рынка таможенных брокеров. Введение западных санкций сказалось на рыночных колебаниях на рынке таможенных посредников за последние пять лет.

Динамика внешнеторгового оборота РФ в 2019-2024 годах, представленная на рисунке 2.6, наглядно демонстрирует способность экономики к восстановлению после шоковых воздействий, создавая благоприятные условия для маркетинга, основанного на уверенности в будущем.

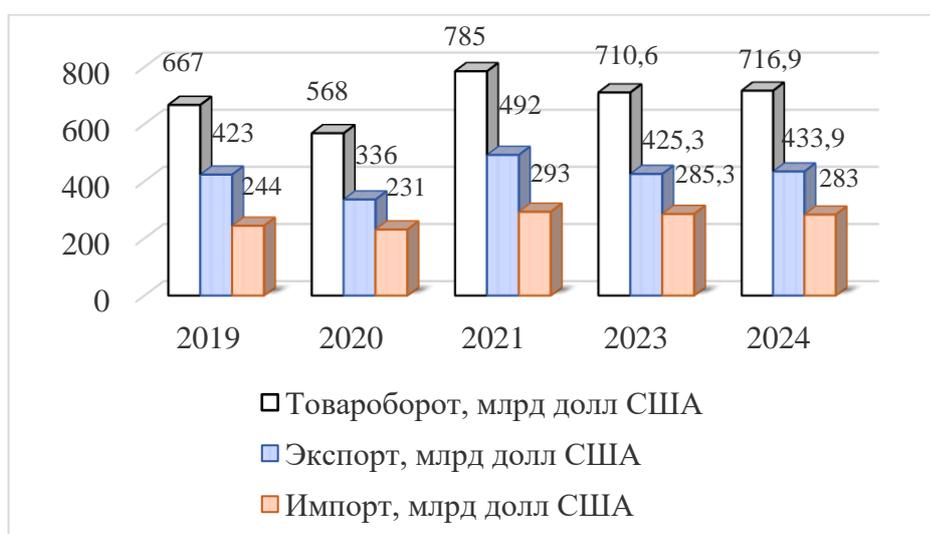


Рисунок 2.6 – Внешнеторговый оборот Российской Федерации в 2019-2024 годах

Кардинальная переориентация товаропотоков, вызванная санкционным давлением, нашла точное количественное отражение в данных таможенной статистики (табл. 2.8). Стремительный рост доли азиатского направления в общем объеме товарооборота РФ с 33 % в 2021 году до 72,6 % в 2024 году на фоне обвала доли европейских стран с 36 % до 19,7 % представляет собой не просто макроэкономический тренд, а прямое руководство к действию для разработки маркетинговых стратегий брокерских компаний.

Таблица 2.8 – Удельный вес торговых партнеров Российской Федерации в общем объеме товарооборота в 2021-2024 гг.

Торговый партнер	Отчетный год				
	2019	2020	2021	2023	2024
Азиатско-тихоокеанский регион (с 2023 г. Азиатский регион)	32 %	34 %	33 %	69,6 % (рост по сравнению с 2022 годом на 13,4 %)	72,6 % (рост по сравнению с 2023 годом на 5,4 %)
ЕС (с 2023 г. Европейские страны)	32 %	39 %	36 %	23 % (снижение на 54,0 %)	19,7 % (снижение на 14,0 %)
Африка	данные отсутствуют			3,4 % (рост на 37,0 %)	3,9 % (рост на 13,2 %)
Американский континент	данные отсутствуют			3,8 % (снижение на 27,1 %)	3,7 % (снижение на 1,7%)
СНГ (в т.ч. ЕАЭС)	12 %	13 %	12 %	данные отсутствуют	

Эта статистика является исчерпывающим обоснованием для перераспределения маркетинговых бюджетов и усилий. Компании, которые смогли в кратчайшие сроки развить и начали активно продвигать компетенции по работе с правовыми системами и логистическими цепочками стран Азии, оказались в стратегически выигрышном положении.

Проведение специальной военной операции оказало влияние на трансформацию стратегических целей в развитии маркетинговой политики рынка брокеров, позволило пересмотреть классические методы и формы организации маркетинговой деятельности и внести коррективы в

инновационную политику организации ВЭД и взаимодействие дружественных стран с РФ.

После периода постпандемийного спада 2019 г. и последующего бурного роста показателей функционирования таможни в 2020-2021 гг. таможенная сфера столкнулась с новой нестабильностью, что сделало динамику рынка особенно сложной и многогранной, отражая глубокую специфику таможенной деятельности, многофункциональность таможенных брокеров и широкий спектр применяемых маркетинговых технологий [203].

В 2022 г. бюджет государства пополнился за счет таможенных платежей на 55 млрд руб. (+9 %), однако этот прирост обеспечивался в основном ростом цен. Объем рынка в 2023 г. сократился до 46,9 млрд руб. По официальным данным, в 2024 г. рынок показал умеренное восстановление. Объем вырос до 52,9 млрд руб., что говорит о стабилизации положения и эффективном применении маркетинговых технологий.

Таможенная политика и государственные программы развития таможенных органов свидетельствует о стремлении достичь устойчивую траекторию роста в условиях реализации политики развития устойчивой экономики.

При формировании прогноза рынка услуг таможенного брокера в перспективе до 2028 г. применялась следующая методология, которая является универсальной, и которая дает оптимальные прогнозы с учетом реальной оценки современного состояния ВЭД (Приложение Г План деятельности ФТС России на 2024 г. и плановый период 2025-2029 гг.):

1. Официальная статистика является основой для формирования экспертных прогнозов, оценки экспертов и формирования мнений относительно развития, показателей динамики в ретроспективе изменения рынка услуг таможенного брокера в 2014-2017 гг. и долевой составляющей аутсорсинга, которая была приведена ранее, исходя из значений ЭЦП брокера и ЭЦП клиента.

2. Предполагается в период до 2028 г. по оценкам экспертов на рынке таможенных услуг в деятельности таможенных брокеров определенный переходный период, при котором таможенный рынок пройдет серьёзный путь адаптации к налоговому и таможенному законодательству и будут внедрены новые или усовершенствованы уже имеющиеся требования к таможенному законодательству (2019-2021 гг.), что указывает на то, что аутсорсинга в таможенной деятельности будет в пределах ожидаемого значения 1-2 %, согласно прогнозам.

В период 2021-2028 гг. предполагается проведение и организация постадаптационного периода, в течение которого предполагается снижение аутсорсинговых операций в доле в отношении с учетом статистической погрешности с ежегодным темпом в 5-7 %.

Обобщение экспертных оценок и прогнозов развития рынка таможенных услуг позволяет выделить такие системные тенденции в деятельности таможенных брокеров, обусловленные трансформацией ВЭД:

– наблюдается качественное усложнение профессиональных требований к таможенным брокерам: расширяется спектр выполняемых функций и операций, формируются комплексные цепочки бизнес-взаимодействия между всеми участниками таможенных операций. Особую значимость приобретает переориентация ВЭД на сотрудничество с дружественными странами и международными объединениями, что объективно усиливает роль таможенных брокеров как ключевых проводников в новых экономических условиях;

– в условиях роста доли внешнеэкономических операций в ВВП и интенсификации таможенных процессов актуализируется задача оперативной оптимизации бизнес-процессов и принятия стратегических решений по развитию рынка таможенных услуг. Это требует целенаправленного повышения квалификации таможенных брокеров в соответствии с изменяющимися потребностями рынка и усложнением внешнеэкономических операций;

– в контексте динамичного развития рынка аутсорсинговых услуг усиливается координирующая роль таможенных брокеров как связующего звена между субъектами хозяйственной деятельности и государственными таможенными органами. Помимо выполнения традиционных функций таможенного оформления, брокеры приобретают компетенции в области медиации и урегулирования конфликтных ситуаций, возникающих между участниками ВЭД, что формирует дополнительную ценность их профессиональных услуг;

– политические и экономические трансформации обусловили реструктуризацию глобальных логистических цепочек, выразившуюся в перераспределении товаропотоков в пользу более контролируемых видов транспорта, таких как автомобильный, что, в свою очередь, модифицирует условия работы таможенных органов;

– активизируется спрос на комплексные услуги оператора «одного окна», включающие полное сопровождение ВЭД: от таможенного и логистического консультирования, формирования маршрутов и оформления разрешительной документации до проведения таможенного оформления, транспортировки, экспедирования и складской обработки грузов.

Таким образом, эволюция рынка таможенных услуг определяет перспективу расширения функционала таможенных брокеров и роста востребованности их профессиональных услуг. Еще раз отметим, что таможенный брокер, выполняя роль таможенного посредника, осуществляет представление интересов производителя, продавца или покупателя путем предоставления таможенных услуг, совершения фактических и юридических действий, способствующих перемещению материальных потоков через таможенную границу [24, с. 172-173].

Вхождение ДНР, Луганской Народной Республики, Запорожской и Херсонской областей в состав РФ ставит новые задачи перед таможенными органами, работающими на новых территориях [144].

Интеграция новых территорий в таможенное пространство России создает значительные маркетинговые перспективы для развития рынка брокерских услуг. В течение переходного периода таможенные органы ДНР должны стать полноценной составной частью ФТС России и ускорить перестройку своей деятельности в соответствии со стандартами ЕАЭС [18, с. 306-307].

Одновременно существенно возрастают риски, связанные с перемещением грузов в условиях обострения международной обстановки и роста объемов международных перевозок после вхождения новых территорий в состав РФ.

В этих условиях профессиональные таможенные брокеры приобретают особую значимость как субъекты, способные обеспечить минимизацию рисков и эффективное таможенное сопровождение ВЭД. Указанные обстоятельства определяют актуальность разработки адаптированных маркетинговых стратегий для брокерских компаний, работающих в регионах с изменяющимся правовым статусом [99, с. 122-123].

Современные процессы интеграции новых территорий в экономическое пространство РФ имеют глубокую правовую основу, сформированную в ходе предшествующих инициатив по созданию единого экономического пространства. Еще в период 2021-2022 годов начался активный процесс формирования таможенного союза между ДНР и ЛНР, который заложил методологический фундамент для последующей полномасштабной интеграции в правовое поле РФ [87, с. 98-99]. В рамках этого процесса была создана комплексная система таможенно-тарифного регулирования, включавшая принятие Общего таможенного тарифа (Решение от 30.09.2021 № 3) [155], устанавливавшего свод ставок ввозных пошлин в соответствии с ТН ВЭД ЕАЭС, а также поэтапное приведение этих ставок к стандартам ЕАЭС. Особое значение имело утверждение единой Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности (Решение от 30.12.2021 № 31) [142] и разработка механизмов тарифных льгот, включая Решение от 13.10.2021 № 5

[160] о снижении ввозной таможенной пошлины для товаров, находящихся под таможенным контролем, а также Протокол о едином таможенно-тарифном регулировании от 13.10.2021 [162]. Дополнительно были внедрены специальные процедуры для производителей (Решение от 29.12.2021 № 28) [159], предусматривавшие тарифные льготы при ввозе производственного оборудования, что стимулировало развитие промышленного потенциала территорий. Несмотря на изменение политического статуса этих регионов в 2022 году, наработанный нормативный задел сохраняет существенную методологическую ценность для понимания эволюции таможенного регулирования и демонстрирует преемственность между различными этапами экономической интеграции, обеспечивая плавный переход к современным маркетинговым реалиям рынка таможенных брокеров [158, 215].

Институт таможенных представителей в современных условиях со своим предназначением справляется. В то же время, не следует забывать, что его надлежащее функционирование не в малой степени обеспечено контролем, осуществляемым со стороны таможенных органов [218, с. 125].

12 октября 2022 г. День образования Донецкой таможни Южного Таможенного управления в соответствии с приказом ФТС России, регионом деятельности которой определена ДНР. В структуре таможни функционируют 8 таможенных постов: в Донецке, Волновахе, Горловке, Амвросиевке, Харцызске и Мариуполе [59].

Таможенные брокеры всегда будут востребованы еще и потому, что повышается спрос на компетентных и узкоспециализированных специалистов, ведется подготовка таких специалистов образовательными организациями высшего образования, совершенствуется перечень их профессиональных компетенций, повышаются требования и расширяются индикаторы для проверки КРІ таможенных брокеров.

Методологическую основу для оценки эффективности таможенной деятельности на новых территориях составляют более ранние научные разработки, не утратившие своей актуальности. Еще в работах,

предшествующих современному этапу интеграции, обосновывалась объективная необходимость разработки и внедрения системы оценки эффективности функционирования таможенных органов как неотъемлемого элемента совершенствования любого процесса, позволяющего получить представление о состоянии и динамике его изменения [102, с. 66]. Одновременно отмечалось, что требования к результативности деятельности таможенных органов значительно возрастают в условиях активизации международного товарооборота и транзитных перевозок, а также эволюции политико-экономических и социальных условий развития промышленности [119, с. 2328]. Эти методологические положения сохраняют свою значимость и в современных условиях, приобретая особую актуальность в контексте интеграции новых территорий в таможенное пространство РФ, когда вопросы оценки эффективности и адаптации к изменившимся экономическим реалиям выходят на первый план в маркетинговой стратегии таможенных брокеров.

Роль анализа и оценки эффективности деятельности таможенных органов в решении задач совершенствования ФТС России в этих условиях очень значительна. Важным моментом в решении задач оценки деятельности таможенных органов является регулярный характер указанного процесса, который возможно обеспечить лишь на основе использования современных технологий и создания в структуре управления современной информационно-аналитической системы.

При разработке и обосновании практических концепций анализа и оценки деятельности таможенных органов необходимо учитывать такие свойства, которые характеризуют их как сложные системы [214].

При этом одной из важнейших задач является установление показателей и критериев эффективности, которые обусловлены целевыми установками и осуществлением результативного контроля их уровня и характера исполнения.

Определяя подходы к оценке эффективности функционирования таможенных органов, стоит отметить, что взимание таможенных платежей, контроль правильности их исчисления, своевременности и полноты их уплаты

является одной из важнейших функций таможенных органов. Но не менее важными являются и другие функции, такие как:

- создание благоприятных условий для облегчения торговли и развития ВЭД;
- содействие транзитным перевозкам;
- меры по предотвращению контрабанды;
- борьба с нарушениями таможенных правил и др.

ФТС России является одним из важных составляющих частей государственной экономики внешнеторговых отношений [222, с. 186] и представляет собой государственный механизм и определенный инструмент преобразования государственной политики во внешнеторговой деятельности. Соответственно оценивать эффективность деятельности ФТС России стоит именно в управленческом аспекте – как уровень достижения определенных целей и задач, успешность выполнения которых возложены на ФТС России.

В настоящее время функционирование ФТС России максимально направлено на минимизацию как совокупных расходов национальной экономики, так и ее транзакционных издержек, которые возникают вследствие таможенных процедур в пунктах пропуска через таможенную границу.

2.2 Панель индикаторов выбора брокеров в системе рейтинговой оценки

Современная международная торговля характеризуется растущим разнообразием товарно-материальных потоков и усложнением структуры сделок, что постоянно порождает новые таможенные риски для участников ВЭД. С маркетинговой точки зрения, эта ситуация создает устойчивый спрос на профессиональные услуги брокеров, поскольку каждый новый риск представляет собой дополнительный аргумент в пользу привлечения квалифицированных посредников.

Если рассматривать таможенную безопасность как состояние защищенности таможенных интересов государства [71, с. 55-56], то для маркетинговой стратегии брокеров это трансформируется в ключевое ценностное предложение – обеспечение безопасности внешнеэкономических операций клиентов через минимизацию таможенных рисков.

Таможенная политика государства [108], направленная на обеспечение экономической безопасности, создает основу для разработки брокерами специализированных маркетинговых предложений, адаптированных к конкретным требованиям регуляторов и учитывающих национальные интересы в таможенной сфере.

Таможенные органы, которые составляют единую централизованную систему. Для маркетинговой стратегии брокеров эффективное взаимодействие с таможенными органами становится конкурентным преимуществом, демонстрирующим клиентам надежность и легитимность предоставляемых услуг.

Следовательно, субъектом таможенной безопасности является ФТС России. В маркетинговой коммуникации брокеры могут позиционировать себя как профессиональные посредники, обеспечивающие соответствие деятельности клиентов требованиям таможенных органов.

Риск – это оценённая вероятностью опасность реализации случайного события [134, с. 12-13], также риск – это влияние неопределённости на достижение цели независимо от конкретной ситуации или обстоятельств. Данные определения позволяют брокерам количественно оценивать и демонстрировать клиентам эффективность своих услуг по снижению таможенных рисков.

Глобальная угроза недоначисление таможенных платежей в маркетинговой коммуникации брокеров становится аргументом для продвижения услуг по оптимизации таможенных платежей – «Гарантия корректного исчисления и минимизация финансовых потерь».

Теневые схемы экспортно-импортных операций формируют потребность в маркетинговом позиционировании брокеров как гарантов легальности – «Исключение рисков административной и уголовной ответственности через профессиональное сопровождение».

Исследование генезиса таможенной безопасности [88, с. 100] показывает, что расширение полномочий таможенных органов создает новые маркетинговые ниши для брокерских услуг в области информационной, экологической и продовольственной безопасности.

Таможенный риск как количественная величина [91, с. 50-51] позволяет брокерам демонстрировать клиентам измеримый экономический эффект от использования услуг, что является мощным инструментом маркетингового воздействия.

На возникновение потенциальных и реальных таможенных рисков и, соответственно, на уровень обеспечения таможенной безопасности влияют такие факторы [179, с. 79]:

- геополитическое и экономико-географическое положение государства;
- военно-политический потенциал;
- экономический потенциал.

Эти факторы определяют необходимость разработки брокерами дифференцированных маркетинговых стратегий для различных сегментов клиентов и отраслей.

Принимая во внимание геополитическое и экономико-географическое положение государства, а также его военно-политический и экономический потенциалы, можно выделить условия обеспечения таможенной безопасности:

- защищённость таможенных границ;
- действенность применения мер таможенно-тарифного и нетарифного регулирования.

Эти условия непосредственно трансформируются в индикаторы для панели оценки брокеров, что создает научно обоснованную основу для маркетингового позиционирования.

Рассматривая систему управления таможенными рисками, нужно проанализировать и предоставить характеристику каждому ее элементу с учетом звеньев международной цепи поставки товаров [76, с. 293]. Данная система становится методологической основой для разработки объективных рейтингов брокеров, которые являются мощным маркетинговым инструментом привлечения клиентов.

Законодательно и в правовом поле определено, что таможенные услуги представляют собой нормативно урегулированные действия представителей таможенных служб, агентов таможенных органов, таможенных брокеров, которые являются непосредственными участниками ВЭД, действия которых направлены на эффективную организацию и осуществление таможенных операций и процедур, связанных с таможенной «очисткой» груза [95, с. 110].

Таможенные услуги принято классифицировать исходя из формы собственности органов, которые их выполняют согласно своим компетенциям [52, с. 154-155]. Определено, что таможенные услуги могут быть государственными и коммерческими таможенными услугами. Например, коммерческие услуги согласно специфике и роду выполняемых операций делятся на пять видов услуг [204]:

- таможенные услуги, которые формируются и осуществляются брокерами;
- аутсорсинговые таможенные операции;
- таможенные услуги, которые осуществляются транспортными организациями и экспедиторами;
- спектр предоставляемых услуг складов временного хранения для размещения и хранения товаров и продукции, перемещаемой через таможенную границу (СВХ);
- спектр предоставляемых услуг по сертификации грузов;

- консалтинговые услуги, которые оказывает независимые консультанты;
- консалтинговые таможенные услуги, которые могут быть представлены таможенными брокерами.

Большой перечень консалтинговых и таможенных организаций оказывают широкий спектр таможенных [195, с. 29] и юридических услуг, которые выполняются на высоком профессиональном уровне и позволяют международным и отечественным компаниям получить юридическую поддержку, проработанные и подготовленные пакеты контактов и документов и полное сопровождение таможенной операции и сопровождение взаимодействия с таможенными органами.

В период с 2015 по 2022 годы на территории ДНР была сформирована собственная система регулирования таможенно-брокерской деятельности, представляющая научный интерес с точки зрения сравнительного анализа институциональных моделей [98, с. 92-95]. Исследование законодательных актов указанного периода показывает, что в соответствии с Законом Донецкой Народной Республики «О лицензировании отдельных видов хозяйственной деятельности» от 16.03.2015 № 18-ИНС [141] таможенная брокерская деятельность подлежала обязательному лицензированию. Разработанная система лицензионных требований, включая Приказ «Об утверждении Лицензионных условий осуществления таможенной брокерской деятельности» от 15.08.2017 № 88 [154], демонстрирует уникальный подход к регулированию профессиональной деятельности в таможенной сфере.

Особый интерес представляет разработанная процедура подтверждения квалификации представителей таможенного брокера, включающая требование о наличии в штате не менее двух квалифицированных специалистов, механизм сдачи квалификационного экзамена в Министерстве доходов и сборов, а также процедуру выдачи Квалификационного удостоверения представителя таможенного брокера. Детально регламентированный Порядок принятия квалификационного экзамена, утвержденный приказом Министерства доходов

и сборов Донецкой Народной Республики от 15.09.2017 № 144 [161], а также Перечень вопросов для экзамена, утвержденный приказом от 18.10.2017 № 183 [156], представляют методологическую ценность для исследования систем профессиональной сертификации в таможенной сфере. Согласно установленному порядку, для приема квалификационных экзаменов на постоянной основе создавалась экзаменационная комиссия, формируемая из должностных лиц структурных подразделений Министерства доходов и сборов Донецкой Народной Республики, в состав которой должны были входить не менее пяти человек, включая председателя комиссии, заместителя председателя комиссии и секретаря.

Квалификационный экзамен проводился в устной форме по экзаменационным билетам, каждый из которых содержал пять вопросов по таможенному законодательству ДНР, отобранных из Перечня вопросов, утвержденного приказом Министерства от 18.10.2017 № 183 [156]. Квалификационный экзамен считался сданным при условии правильных ответов на 60 % заданных вопросов, а в случае успешной сдачи претенденту выдавалось Квалификационное удостоверение представителя таможенного брокера в течение пятнадцати рабочих дней от дня проведения экзамена. Таким образом, установленный порядок принятия квалификационного экзамена позволял всем физическим лицам, обладающим необходимыми знаниями, включая выпускников, освоивших основную образовательную программу по специальности 38.05.02 Таможенное дело, стать соискателями квалификационного удостоверения, что давало значимое преимущество при трудоустройстве молодых специалистов в предприятия, оказывающие таможенные услуги.

Накопленный в указанный период опыт регулирования таможенно-брокерской деятельности сохраняет актуальность как источник сравнительного анализа моделей регулирования, методологическая основа для совершенствования современных процедур и пример адаптации института таможенных представителей к специфическим условиям, что имеет

существенное значение для разработки унифицированных подходов в системе таможенного регулирования в современных условиях.

Реестр таможенных представителей в РФ является важным официальным реестром, в котором формируется список брокеров официальными представителями посредников, при этом брокеры должны иметь соответствующую квалификацию, профессиональные навыки и компетенции, быть специалистами широкого профиля по таможенному оформлению (Приложение Б Рейтинг брокеров Российской Федерации за 2024 г.) [212].

В качестве примера успешной реализации маркетинговой стратегии на рынке таможенных брокеров можно рассмотреть деятельность компании «Российский Таможенный брокер», которая демонстрирует эффективную модель построения доверительных отношений с клиентами. Компания позиционирует себя как провайдер комплексных решений в сфере ВЭД, предлагая услуги таможенного оформления, консультационное сопровождение и урегулирование спорных ситуаций. Данный кейс иллюстрирует практическую реализацию клиентоориентированного подхода, предполагающего не только операционное сопровождение таможенных процедур, но и консультационную поддержку на всех этапах внешнеэкономической операции.

Таможенные брокеры выбираются согласно поиску в официальном Реестре таможенных представителей, регистрация в котором позволяет им выполнять все операции согласно нормативным положениям и требованиям, официальные права на представление интересов субъектов ВЭД, а главное самостоятельно оформлять грузы, в соответствии с действующими требованиями, отраженными в ТК ЕАЭС.

Работа таможенного брокера предусматривает качественное выполнение комплексных услуг специалистом высокого класса, имеющим соответствующее образование, высокий уровень подготовки и опыт работы с таможенными органами. Комплексность и системность в выполнении

возложенных задач на таможенного брокера гарантирует организацию таможенного оформления на высоком уровне, соответствующем стандартам операций ВЭД.

Таможенным брокером отрабатываются весь комплекс действий, разрабатывается модель выполнения совершения таможенных формальностей в индивидуальном порядке, учитывая личностные и профессиональные особенности всех фигурантов при осуществлении таможенных операций. Важно подобрать правильный, выгодный и оптимальный вариант действий, при исполнении которого можно добиться максимального результата.

Таможенный брокер предоставляет услуги согласно установленной модели, которая определяется для каждого клиента в индивидуальном порядке. Спектр действий и операций со зависим с таможенной процедурой и особенностями оформляемой партии.

На рисунке 2.7 представлена модель работы брокера, отражающая специфику его деятельности на основе интеграции маркетинговых функций, реализация которых осуществляется с учётом принципа «единого окна», что обеспечивает комплексность и согласованность услуг, повышая их качество и клиентоориентированность. Представленная модель трансформирует стандартное таможенное оформление в целостный сервис, в котором каждый этап направлен на формирование долгосрочной ценности для клиента.

Таким образом, предложенная модель работы на основе маркетинговых функций обеспечивает более качественное и профессиональное выполнение брокерских услуг по продвижению товаров через таможенную границу.



Рисунок 2.7 – Модель работы брокера на основе маркетинга с учётом принципа «единого окна»

В услуги таможенного брокера входит расширенный пакет опций и помощь специалиста актуальна на всех этапах оформления и сопровождения грузов через таможенную границу. Использование представленной модели будет иметь практическую ценность для предприятий, организаций и учреждений, функционирующих на рынке брокеров.

В результате научного исследования сформированы основные индикаторы выбора брокера на современных биржах, которые характеризуют критерии качества и профессиональных компетенций специалистов рынка брокерских услуг, которые дополнены таким индикатором, как готовность брокера к цифровизации и умением формировать портрет цифрового клиента, что позволит заинтересованным лицам при их использовании определиться с выбором наиболее компетентного и востребованного брокера.

Определены условия выбора брокеров в системе рейтингов на рынке брокерских услуг, практическая ценность которой заключается в том, что ее использование позволит определиться с выбором брокера и оптимизировать процесс перемещения через таможенную границу (рис. 2.8).

Выбор брокеров осуществляется на основе изучения таких основных критериев, как

- регистрация в официальном государственном реестре таможенных брокеров;
- список лучших таможенных представителей (рейтинг официальных сайтов) во всех городах и федеральных округах страны;
- размер страховки, наиболее выгодный при проведении внешнеэкономических сделок;
- финансовые гарантии исполнения обязательств при расчете обязательных платежей.

Это позволяет провести объективную их оценку и сделать выбор наилучшего представителя в данной области.

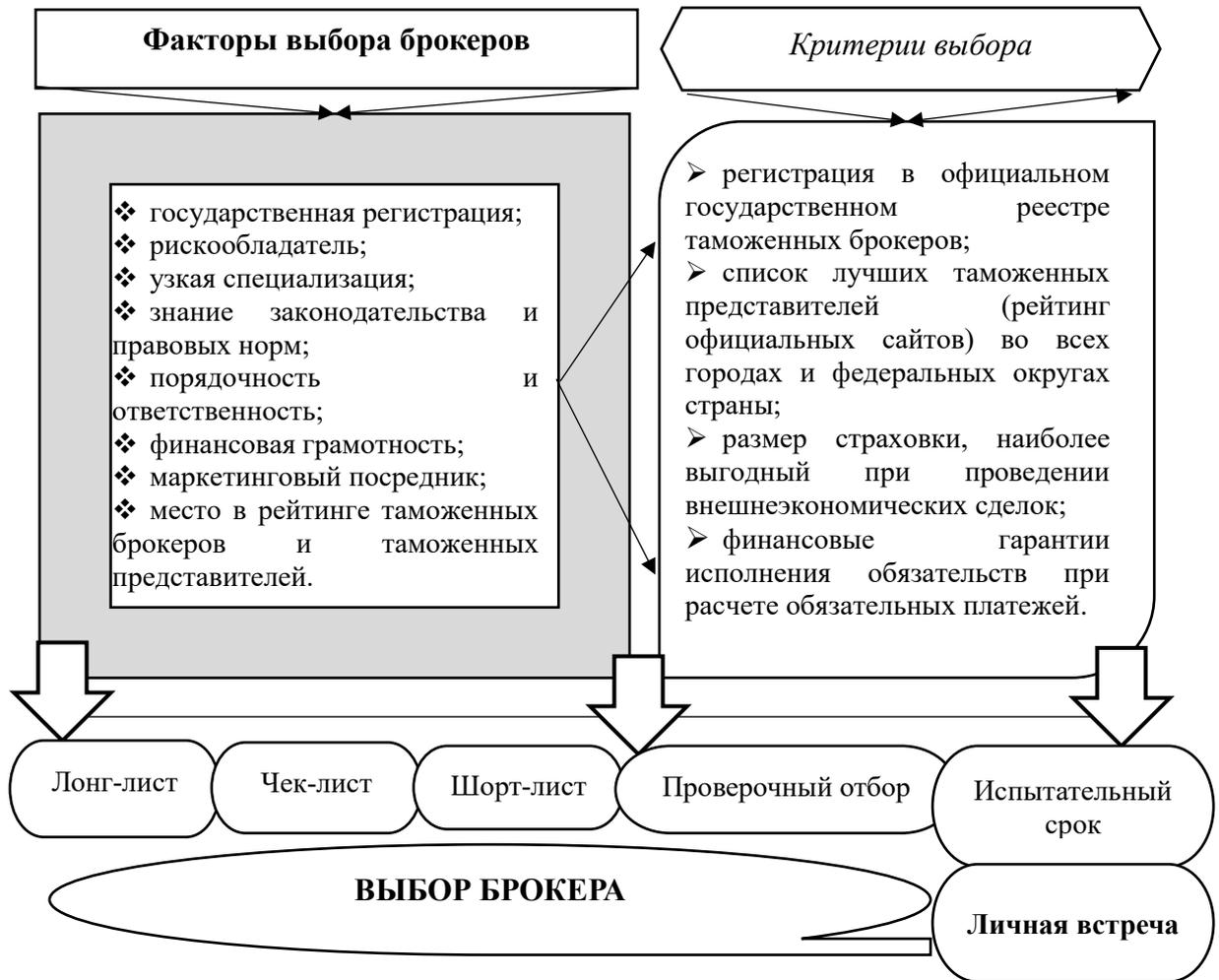


Рисунок 2.8 – Условия выбора брокеров в системе рейтингов на рынке брокерских услуг

Авторская панель индикаторов выбора брокеров в системе рейтингов (табл. 2.9), характеризуется практической ценностью, поскольку ее использование позволит определиться с выбором брокера и оптимизировать процесс перемещения через таможенную границу.

Для построения матрицы позиционирования все индикаторы сведены в две интегральные группы:

Финансово-технологические (ось X), объединяющие показатели финансово-экономических и сервисно-технологических индикаторов;

Доверительно-клиентоориентированные (ось Y), включающие показатели индикаторов «Доверие и репутация», «Клиентоориентированность» и «Инновационность и адаптивность».

Значение по каждой оси рассчитывается как средневзвешенная оценка соответствующих индикаторов.

Таблица 2.9 – Панель индикаторов выбора брокеров в системе рейтингов

Группа индикаторов	Индикаторы	Содержание	Весовой коэффициент
Финансово-технологические	Финансово-экономические	комиссии, тарифы, минимальный порог входа, эффективность рекомендаций	30 %
	Сервисно-технологические	качество исполнения сделок, доступность платформ, аналитические инструменты, надежность систем	25 %
Доверительно-клиентоориентированные	Доверие и репутация	лицензии, прозрачность отчетности, рыночная доля, отсутствие санкций	20%
	Клиентоориентированность	качество поддержки, персонализация, образовательные программы, индекс удовлетворенности	15 %
	Инновационность и адаптивность	внедрение AI и robo-advisors, ESG-ориентация, разработка новых продуктов	10 %

Расчет позиции брокера осуществляется по шкале оценивания (табл. 2.10).

Интерпретация результатов осуществлена через матрицу позиционирования брокеров (рис. 2.9), в рамках которой выделена следующая дифференциация групп брокеров:

«лидеры» (75-100 баллов) – высокие показатели по всем блокам, баланс финансов, доверия и инноваций;

«сервисные игроки» (60-74 балла) – сильный сервис и технологии, но средний уровень доверия или инноваций;

«техники без доверия» (45-59 баллов) – сильная финансовая и технологическая база, но слабая репутация и клиентский опыт;

«аутсайдеры» (0-44 балла) – низкие показатели по большинству блоков,

отсутствие устойчивого развития.

Таким образом, шкала обеспечивает дифференцированный и прозрачный подход, поскольку формальные метрики сбалансированы с клиентским опытом, репутация и доверие равнозначны финансовым результатам, а инновации становятся фактором стратегического выбора.

Таблица 2.10 – Шкала оценивания брокеров в рамках панели индикаторов

Группа индикаторов	Индикаторы	Вес	Баллы
Финансово-технологические	1. Финансово-экономические	30 %	30
	Уровень комиссий и спредов		10
	Прозрачность тарифов и скрытых издержек		7
	Минимальный порог входа		5
	Доходность портфелей на основе рекомендаций брокера		8
	2. Сервисно-технологические	25 %	25
	Качество и скорость исполнения сделок		8
	Доступность цифровых платформ (мобильные, веб)		6
	Интеграция с аналитикой и торговыми роботами		6
	Надежность и бесперебойность систем		5
Доверительно-клиентоориентированные	3. Доверие и репутация	20 %	20
	Прозрачность отчетности, лицензии, соответствие регуляции		7
	Индекс клиентского доверия (опросы, отзывы)		6
	Доля рынка и срок присутствия		4
	Отсутствие нарушений и санкций		3
	4. Клиентоориентированность	15 %	15
	Качество клиентской поддержки (скорость, доступность 24/7)		6
	Индивидуализация предложений и консультаций		4
	Образовательные программы и аналитика		2
	Уровень удовлетворенности		3
	5. Инновационность и адаптивность	10 %	10
	Внедрение цифровых инструментов		4
	Гибкость к изменениям регуляторики		2
	ESG-ориентированность		2
	Разработка новых продуктов и сервисов		2
Итого	100 %	100	

Матрица позиционирования брокеров по оси X располагает финансово-технологические индикаторы, по оси Y – доверительно-клиентоориентированные индикаторы. Она наглядно показывает, что одни брокеры сильны технологически, но отстают по доверию (брокер А); а другие, наоборот, делают ставку на сервис и репутацию (брокер В). На матрицы расположены четыре квадранта:

«лидеры», сочетающие сильные технологии и высокое доверие (оптимальная позиция);

«сервисные игроки», делающие ставку на доверие и клиентский сервис, но уступают технологически;

«техники без доверия», которые сильны в цифровых решениях, но слабы в репутации и клиентоориентированности.

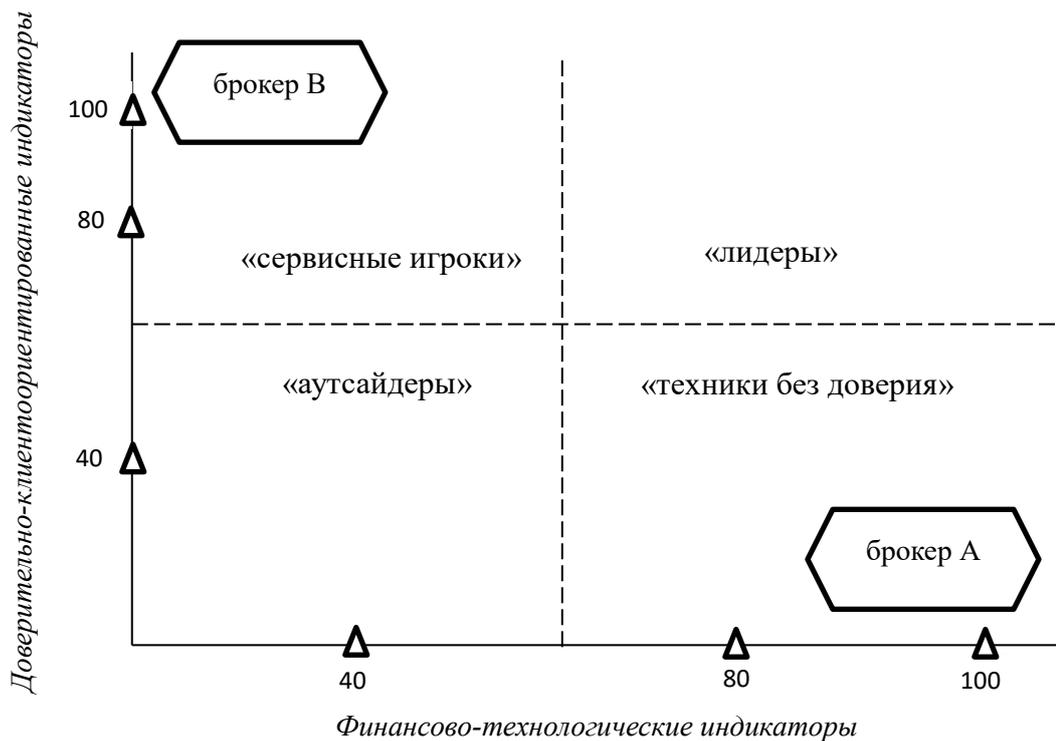


Рисунок 2.9 – Матрица позиционирования брокеров

Таким образом, сформированная панель индикаторов выбора брокеров в системе рейтингов для проведения комплексной оценки их работы, сочетающая финансовую эффективность, качество сервисов, уровень доверия, клиентскую ориентированность и инновационность, отличается итоговым

построением матрицы позиционирования брокеров и сегментацией квадрантов на «лидеров», «сервисных игроков», «техников без доверия» и «аутсайдеров», что определит индикаторную систему стратегического выбора рейтингов нового поколения, ориентированных не только на формальные показатели, но и на качество долгосрочных отношений с клиентами.

В рамках обоснования сформированной панели индикаторов выбора брокера, в частности, таких критериев, как «надежность» и «профессионализм», было проведено эмпирическое исследование, моделирующее ситуацию предконтрактного аудита товара брокером. Целью данного кейса являлась демонстрация того, что глубокая товароведческая экспертиза трансформируется из операционной функции в ключевой элемент маркетингового позиционирования, позволяя брокеру минимизировать риски клиента и формировать «бренд доверия».

Объектом исследования выступили три образца керамической посуды для питья китайского производства, импортированные в РФ с последующим ввозом в ДНР (рис. 2.10). Изначальный анализ маркировки выявил критичное с точки зрения минимизации рисков клиента несоответствие: отсутствие в маркировке (табл. 2.11) обозначения документа, в соответствии с которым изделия изготовлены и могут быть идентифицированы [46]. Данное упущение создает для участника ВЭД зону повышенного правового риска, связанного с возможными задержками выпуска и административными санкциями. Соответственно, способность таможенного брокера выявлять их на предварительной стадии становится наглядным доказательством его компетенции и позволяет сформировать ценностное предложение, направленное на обеспечение бесперебойности и законности внешнеэкономической операции.



а)



б)



в)

Рисунок 2.10 – Фотоизображение исследуемых образцов керамической посуды для питья: а) образец № 1; б) образец № 2; в) образец № 3

Для проведения комплексной идентификации и нивелирования выявленных рисков был применен метод экспертной оценки, включающий органолептические и измерительные методы в соответствии с действующими ГОСТ [29, 39, 40, 41, 45, 47, 48, 120].

Таблица 2.11 – Маркировка исследуемых образцов керамической посуды для питья

Параметр маркировки	Данные маркировки образцов		
	№ 1	№ 2	№ 3
Наименование изделия и его вместимость	Кружка, 340 мл	Кружка, 360 мл	Чашка (бежевая матовая, 86В-006-1814BEDF), 269 мл
Назначение изделия	бытовое	бытовое	для общего пользования и удовлетворения эстетических потребностей
Материал изготовления	фарфор	фарфор	керамика
Наименование предприятия-изготовителя и его местонахождение	SHENZHEN LEXIN TRADING CO., LTD, UNIT 505, TOWER B, TAIPINGYANG COMMERCIAL & TRADE BUILDING, 4028 JIABIN ROAD, SHENZHEN, CHINA	ZHU ZHOU WIN WIN CERAMIC CO., LTD, CERAMIC FIREWORKS STAGE LILING HUNAN, CHINA	Чангша Хеппи Гоу Продактс Девелопинг Ко., Лтд, Рум 607, Билдинг ВС, Ксиаолиндзи Чонг Стрит 13, Юхуа Дистрикт, Чангша, Хунань, Китай

Параметр маркировки	Данные маркировки образцов		
	№ 1	№ 2	№ 3
Наименование импортера и его местонахождение	ООО «ИНТЕРХОЛДИНГ-СПМ», 143302, Московская область, г. Наро-Фоминск, 2-й Володарский переулок, д. 3а	ООО «ИНТЕРХОЛДИНГ-СПМ», 143302, Московская область, г. Наро-Фоминск, 2-й Володарский переулок, д. 3а	ООО «Стройторг», 344002, г. Ростов на Дону, ул. Социалистическая, 74
Дата изготовления	ноябрь 2018	июль 2018	сентябрь 2020
Срок годности	не ограничен		

В ходе исследования была выполнена следующая последовательность действий, моделирующая алгоритм работы брокера:

1. Анализ маркировки и документации. Информация, содержащаяся в маркировке, была использована для первичной идентификации по критериям наименования, функционального назначения, данных об изготовителе и импортере, что позволило установить принадлежность к группе однородных товаров [29].

2. Органолептическая идентификация. Внешний осмотр и измерение внутренней глубины (94 мм, 96 мм, 87 мм) позволили классифицировать все образцы как полую посуду, а наличие ручки и конической формы – идентифицировать их как кружки, несмотря на то, что в маркировке образца № 3 было заявлено наименование «чашка» [46, 69]. Это выявило первый случай информационной фальсификации.

3. Идентификация по виду керамики. Для установления разновидности керамики, что критически важно для определения кода ТН ВЭД и ставки пошлины, использовались органолептические методы (анализ звука, структуры излома) и стандартизированные измерения. Ключевым объективным показателем было определено водопоглощение (W, %), расчет которого проводился по стандартной методике (формула 2.1) [41, 45].

$$W = \frac{m_2 - m_1}{m_1} \times 100 \quad (2.1)$$

где m_1 – первоначальная масса высушенной пробы, г;

m_2 – масса пробы, насыщенной водой, г.

Результаты экспериментальных исследований сведены в таблицу 2.12.

Таблица 2.12 – Результаты идентификации образцов керамической посуды для питья

Показатель	Норматив [39, 40]	Фактическое значение образцов			Вывод по идентификации		
		№ 1	№ 2	№ 3	№ 1	№ 2	№ 3
Водопоглощение, W, %	$\leq 0,2$ (фарфор) $\leq 0,5$ (кост. фарфор) $\leq 3,0$ (каменная)	0,03	0,5	2,8	фарфор	костяной фарфор	каменная керамика
Термостойкость, ΔT_i , °С	≥ 185 (фарфор) ≥ 185 (кост. фарфор) ≥ 170 (каменная)	195	180	170	соотв.	соотв.	соотв.
Вместимость, мл (факт./маркировка)	–	360 / 340	340 / 360	270 / 269	несоотв.	несоотв.	соотв.
Наименование (факт./маркировка)	–	кружка / кружка	кружка / кружка	кружка / чашка	соотв.	соотв.	несоотв.

Как следует из данных таблицы 2.12, в ходе экспертизы были выявлены существенные несоответствия маркировочных данных фактическим характеристикам товара. Помимо первоначально обнаруженного отсутствия данных о стандарте, была установлена информационная фальсификация по наименованию (образец № 3) и вместимости (образцы № 1 и № 2).

На основе результатов идентификации была проведена классификация товаров по ТН ВЭД ЕАЭС [153]. Так, образцы № 1 и № 2 отнесены к товарной позиции 6911 и имеют код 6911 10 000 0 (ставка пошлины 12 %), а образец № 3 отнесен к товарной позиции 6912 и имеет код 6912 00 230 0 (ставка пошлины 15 %).

Таким образом, экспертиза демонстрирует ключевые маркетинговые преимущества брокера. Она позволяет осуществлять управление рисками, предотвращая финансовые и репутационные потери клиента. Это создает конкретную экономическую ценность, так как точная классификация обеспечивает легальную оптимизацию таможенных платежей, исключая доначисления. В результате формируется «бренд доверия», поскольку брокер трансформируется из исполнителя в стратегического партнера, предлагающего не просто услугу, а комплексное страхование рисков. Это напрямую влияет на ключевые индикаторы выбора («надежность» и «профессионализм») и формирует долгосрочную лояльность, составляющую основу конкурентного преимущества на рынке брокерских услуг.

Следовательно, данный кейс служит эмпирическим подтверждением тезиса о том, что в современных условиях экспертные компетенции являются ядром конкурентного преимущества и маркетингового позиционирования таможенного брокера, что полностью согласуется с разработанной автором концепцией маркетинга на рынке брокеров и обосновывает необходимость включения соответствующих индикаторов в систему выбора партнера участниками ВЭД.

Таможенный брокер является универсальным специалистом, деятельность которого строго регламентирована нормативными и правовыми актами и положениями. Таможенный брокер работает по строго установленному алгоритму, который разработан специалистами таможенных служб, является своеобразной дорожной картой таможенного брокера и учитывает все регламентированные сроки выполнения таможенных операций и процедур [205].

Например, в течение суток должно быть осуществлено оформление товарной партии. При полном сопровождении таможенным брокером соответствующих процедур, период прохождения может составлять около нескольких часов, т.е. срок регистрации возможно сократить при

профессиональном и квалифицированном сопровождении таможенных услуг таможенным брокером.

Для общего понимания определим значение таких важных индикаторов деятельности брокеров, как лонг-лист, чек-лист, шорт-лист и их экономическую роль в деятельности таможенных брокеров с учетом нововведений, которые внедряются согласно политике трансформации деятельности таможенных органов.

Данные термины используются при выборе таможенного брокера или компании, которая будет полностью выполнять весь комплекс операций по таможенному оформлению и таможенному сопровождению. При выборе важно сделать именно правильный выбор и начинается он с формирования лонг-листа, то есть полного перечня зарегистрированных таможенных брокеров. Государственный реестр таможенных представителей – первейший инструмент отбора компаний для включения в тендер. Лонг-лист позволяет увидеть официальных и полностью юридически защищенный перечень лицензированных брокеров или компаний и избежать встречи с «серыми» брокерами.

С целью формирования более узкого перечня формируется чек-лист, в котором после тщательного отбора, путем опроса, сбора информации, анкетирования, остаются только компании, которым можно доверить выполнение таможенных процедур и операций по таможенному оформлению.

Формирование брокерами в таможенной сфере шорт-листа создают условия для отбора надежных компаний по выполнению таможенного оформления и юридических таможенных процедур, что позволяет сделать правильный выбор и отсеять недобросовестных и некомпетентных партнеров.

Итак, таможенные брокеры всегда будут востребованы еще и потому, что повышается спрос на компетентных и узкоспециализированных специалистов, ведется подготовка таких специалистов образовательными организациями высшего образования, совершенствуется перечень их профессиональных

компетенций, повышаются требования и расширяются индикаторы для проверки КРІ таможенных брокеров.

Для эффективной оценки развития логистики необходима качественная методика, позволяющая оценить текущее состояние логистической отрасли стран мира [125, с. 25].

Например, и с этим утверждением согласятся такие авторы, как В.В. Макрусев, А.А. Ворона, использование электронного взаимодействия с участниками ВЭД, приведет к сокращению и упрощению совершения таможенных операций, снижению временных и финансовых издержек бизнес-сообщества [125, с. 31].

Авторы Л.Г. Руденко, Н.П. Дегтярь [192, с. 53] считают целесообразным использование КРІ для оперативного управления методом построения на основе ключевого стратегического показателя (собственно КРІ) промежуточных операционных показателей, рассчитанных на текущий отрезок времени.

Использование КРІ и разработанных на их основе показателей выполнения промежуточных целей и задач позволяет, с одной стороны, отслеживать продвижение к стратегической цели, с другой стороны, представляет собой инструмент оперативного управления и своевременного принятия корректирующих решений на пути к достижению стратегических ориентиров [192, с. 53].

Например, автор М.В. Непарко предлагает усовершенствованную методологию оценки деятельности таможенных органов. Он утверждает, что «в настоящее время ведется отчетность о результатах, достигнутых таможенными органами, как со стороны статистики, так и со стороны внутриведомственной системы оценки» [136, с. 221].

На этапе трансформационных преобразований в системе таможенной инфраструктуры важным моментом является внедрение инноваций, разработка усовершенствованной системы индикаторов для проверки КРІ таможенных брокеров позволит расширить спектр мероприятий по

совершенствованию деятельности таможенных брокеров. Предложения и рекомендации при рассмотрении панели индикаторов выбора брокеров в системе рейтингов на рынке брокерских услуг позволят повысить рейтинги страны в системе логистики и маркетинга и повысят эффективность деятельности предприятий, организаций и компаний, которые осуществляют ВЭД.

2.3 Инновационные технологии в продвижении на рынке брокеров

Маркетинг, изучающий аспекты обмена, является ключевым инструментом для решения задач национальной инновационной сферы и цифровой экономики [53, с. 60]. В контексте рынка брокерских услуг особую актуальность приобретает исследование основ и перспектив внедрения инновационных технологий, в том числе в такой специализированной области, как таможенное дело [17, с. 106-111].

Применение концепции маркетинга и маркетингового инструментария в аспекте сотрудничества призвано способствовать разработке новых подходов к управлению инновационными процессами, направленными на оптимизацию удовлетворенности продуктом их взаимодействия [189, с. 250].

Следует отметить, что роль маркетинга в инновациях в значительной степени преуменьшается [82, с. 66].

Используя его как инструмент влияния на потребителей и других участников рынка, компания фокусируется на решении проблем в одностороннем порядке, что может привести к негативным последствиям. Однако маркетинг может и должен рассматриваться как инструмент создания ценности в сфере инноваций, который включает в себя цепочки формирования, обеспечивающие весь процесс продуктовой инновации [217, с. 616-617].

Процесс внедрения инноваций неизменно требует множества людей и организаций, особенно для сложных инноваций, что особенно актуально в продвижении в системе маркетинга на различных рынках. Однако найти потенциальных партнеров и наладить отношения с ними может быть непросто и часто требует способностей, которых у новаторов нет и тогда функцию посредников выполняют брокеры [165, с. 55].

Для этого требуются сети и способность для объединения распределенных ресурсов; как правило, чем радикальнее инновация, тем больше она разрушает существующие сети и создает новые. Эти сети все чаще создаются при посредничестве как специалистов, так и хорошо информированных специалистов широкого профиля, которые обмениваются информацией, знаниями, опытом, идеями и решениями потребностей и проблем. Помимо соединения различных частей сетей, брокеры также играют определенную роль в понимании сети в целом, что требует системного мышления.

Обзор научных публикаций таких ученых, как: Файзиев Ш. Ш., Евстигнеева Е. Е., Махрова Ю.В., Звягинцева Н.А., Кочишвили К.С., Стыцюк Р.Ю. по таким направлениям, как: эффективное использование маркетинга для развития рынка инноваций, особенности вывода и продвижения инновационного продукта на рынок, российский рынок ценных бумаг: вопросы совершенствования конкурентных отношений в сфере брокерской деятельности в условиях цифровизации позволил изучить инновационные технологии в системе маркетинга на рынке брокеров и на рынке брокерских услуг.

Однако, учитывая глубокие трансформационные процессы на фоне интеграционных мероприятий, следует расширить теоретические и практические аспекты развития рынка брокеров и брокерских услуг.

Инновации представляют собой актуальный вектор развития для товаров, продуктов, производства и государства в целом. Более того, в случае успешного вывода на рынок инновации ещё и экономически привлекательны.

Но при этом не стоит забывать о том, что, инновации – это всегда риски и большие финансовые вложения на стадии разработки и запуска [60, с. 110].

Инновация является комплексным процессом, выходящим за рамки изобретения и включающим этапы проектирования, создания прототипа, коммерциализации и распространения. В контексте рынка брокеров современная маркетинговая парадигма смещает акцент не только на формирование спроса на инновационные технологии, но и на создание эффективных механизмов взаимодействия с партнерами и потребителями в процессе разработки и внедрения инновационных решений. Данный подход обусловлен усложнением процессов организации и управления инновациями, что повышает роль маркетинга как интеграционной функции.

К числу ключевых процессов, определяющих современные особенности инновационной деятельности, относятся:

- ускорение диффузии инноваций и расширение возможностей их репликации благодаря развитию информационных технологий снижает эффективность патентной защиты как инструмента охраны интеллектуальной собственности, что актуализирует поиск альтернативных механизмов обеспечения конкурентных преимуществ.

- возрастающая технологическая сложность и интеллектуальная составляющая инновационных проектов требуют привлечения разнородных участников из различных секторов экономики, что повышает значимость координации их деятельности и гармонизации интересов в рамках единого инновационного процесса.

- наблюдаемая высокая частота вывода продуктовых инноваций на рынок приводит к их обесцениванию в восприятии потребителей, а также порождает сопутствующие проблемы, связанные с утилизацией морально устаревших изделий.

- существенное влияние на процессы создания и адаптации инноваций оказывают государственные и общественные институты, которые могут выступать как катализаторами, так и барьерами для их успешной

имплементации. Параллельно с этим развитие рынка нематериальных активов (услуг, информации, знаний) определяет необходимость применения новых методов их продвижения и интеграции в маркетинговые стратегии [217, с. 615-618].

Инновационный брокерский бизнес имеет долгую историю. Тем не менее отметим несколько тенденций внедрения новых цифровых инновационных технологий, которые нашли место и играют важную роль в развитии рынка брокерских услуг:

- возрастающая сложность инноваций: по мере усложнения инноваций расширяется потенциал для рекомбинации и сотрудничества, что затрудняет управление возможностями;

- новые технологии: новые технологии, такие как блокчейн, машинное обучение, виртуальная реальность (VR) и дополненная реальность (AR), в настоящее время начинают помогать брокерам в поиске, анализе, координации и коммуникации;

- рост брокерской деятельности в других секторах: брокерская деятельность в целом стала мощной силой в таких отраслях, как онлайн-коммуникации, электронная коммерция и экономика совместного использования (например, схемы совместного использования автомобилей в сообществах), в значительной степени с использованием цифровых платформ. Многие из наиболее успешных современных компаний (включая Amazon, eBay, Uber и Airbnb) являются своего рода брокерами, отчасти потому, что такие «рыночные» подходы легче масштабируются, чем другие бизнес-модели;

- повышенное внимание к цифровой фильтрации: проблемы «информационной перегрузки» стали обычным явлением во многих областях, создавая необходимость фильтрации и приоритизации релевантного и значимого цифрового контента и подключений. Вместе с тем, цифровая фильтрация информации порождает новые риски, такие как создание информационных монополий и алгоритмическая предвзятость;

– инновационные брокеры могут сыграть решающую роль в стимулировании инноваций, поскольку, как и на любом рынке, инновационная система работает только тогда, когда существуют все посредники, которые делают возможным взаимодействие и партнерство. Более конкретно, брокеры могут повысить ценность инноваций различными способами.

Поскольку брокеры специализируются на своей брокерской роли, у них есть особые навыки и связи, которых может не хватать инновационным организациям. Кроме того, их понимание различных сторон, с которыми они выступают посредниками, позволяет им знать, каких участников следует представить, и помогает с такими вопросами, как перевод с одной структуры, словарного запаса и перспективы на другую. Брокеры также могут способствовать укреплению доверия между людьми и сообществами, с которыми они сотрудничают.

Выделяют в зависимости от рынка, для функционирования которого необходимы важные участники, такие как брокеры, такие категории брокеров: биржевой брокер, страховой брокер, фрахтовый брокер, бизнес-брокер, таможенный брокер.

В современных условиях для эффективной работы государственных институтов в целом и таможенных структур в частности, необходимо иметь информационную поддержку в виде качественно построенной системы информационно-аналитического обеспечения [36, с. 100].

Этого можно достичь созданием адекватной по своим функциональным признакам системы информационных модулей, то есть новый этап развития таможенных систем не может быть реализован без четкого развития сетевого информационного обеспечения [83, с. 53].

Электронному бизнесу, торговле и электронным внешнеэкономическим документам должна отвечать информационно-компьютерная таможенная служба.

В развитии информационных технологий на рынке брокеров большую роль играет информационное обеспечение процесса разработки

управленческих решений на предприятии, которое имеет свои особенности [7, с. 128].

Внедрение автоматизированных информационных систем, обеспечивают поддержку процессов обработки таможенных документов, на практике позволяет стандартизировать большинство функций, тем самым снижая возможность должностных лиц таможен субъективно принимать решение, и проверять их в режиме реального времени вышестоящей таможенной администрацией [32, с. 198-199].

Совершенствование таможенной системы на базе информационных таможенных технологий способствует формированию таких относительно новых для таможни направлений, как информационно-электронная таможня и международный информационный обмен.

Роль информационных технологий в таможенном деле отражена в Международной конвенции об упрощении и гармонизации таможенных процедур (Киотская конвенция, в 1999 год), которая регламентирует использование и практическое применение информационных и инновационных технологий, ценность использования которых заключается в гармонизации международных отношений и повышении эффективности деятельности таможенных служб, повышении качества маркетинговых и электронных коммуникаций в сфере таможенного регулирования [128, 132].

Услуги таможенного брокера действительно актуальны, вне зависимости от выбранного режима. Большинство проблем у потенциальных владельцев груза возникает при сборе документации и определении классификационной принадлежности [81, с. 73-74].

Таможенный брокер предоставляет услуги на договорной основе, согласно установленному законодательству. Таможенные услуги занимают особое место в сфере услуг. С одной стороны, им присущи те же особенности, которые и отличают услуги от материальных товаров, а именно неосвязаемость, непостоянство качества, неотделимость, несохраняемость. С другой стороны,

они имеют уникальные свойства, которые отличают их от других услуг нематериальной сферы [68, с. 12].

На рынке брокеров существует несколько инновационных аспектов развития маркетинга, которые могут помочь компаниям привлекать и удерживать клиентов более эффективно [138, с. 184]:

1. Цифровизация: Одним из ключевых инновационных аспектов развития маркетинга на рынке брокерских услуг является переход к цифровым каналам коммуникации с клиентами. Это может включать в себя разработку мобильных приложений для торговли, использование роботизированных консультантов для обслуживания клиентов, улучшение электронной торговли и другие технологические инновации, которые облегчают процесс взаимодействия с клиентами и повышают удобство использования брокерских услуг.

2. Аналитика данных: Внедрение аналитики данных позволяет компаниям более точно определить потребности клиентов и создать персонализированные предложения. За счет сбора и анализа больших объемов данных о поведении клиентов, их предпочтениях и потребностях, брокерские компании могут более эффективно настраивать свои маркетинговые кампании и рекламные сообщения, а также предлагать индивидуальные инвестиционные стратегии.

3. Социальные медиа: Эффективное использование социальных медиа платформ для маркетинга становится все более важным на рынке брокерских услуг. Компании могут использовать социальные медиа для коммуникации с клиентами, предоставления обновлений о рынке, образовательных материалов и другой полезной информации. Кроме того, они могут использовать социальные медиа для установления более личных связей с клиентами, например, путем организации вебинаров, конкурсов или особых акций.

4. Использование ИИ и автоматизации: Внедрение ИИ и автоматизации в маркетинге может помочь брокерским компаниям повысить эффективность и результативность своих кампаний. Нейронные сети и алгоритмы машинного

обучения могут помочь оптимизировать рекламные бюджеты и предлагать более релевантные предложения. Роботизированные процессы могут упростить рутинные задачи, такие как отчетность и обработка данных, освобождая время сотрудников для более стратегических задач.

5. Уделять внимание пользовательскому опыту: Инновации в маркетинге на рынке брокерских услуг должны быть направлены на улучшение пользовательского опыта. Это включает в себя разработку дружественных и интуитивно понятных интерфейсов торговых платформ, предоставление персонализированной поддержки клиентам, а также постоянное улучшение и инновации в продуктах и услугах, чтобы соответствовать изменяющимся потребностям клиентов. Эти инновационные аспекты развития маркетинга на рынке брокерских услуг помогут компаниям эффективнее конкурировать, привлекать и удерживать клиентов, а также создавать конкурентные преимущества на этом рынке.

С расширением внешнеэкономических отношений и дальнейшим увеличением объемов внешнеэкономических операций резко возрос поток и масштабы таможенной информации. Поэтому возростала роль системы автоматизации таможенного оформления, контроля за ввозом автотранспортных средств на территорию, доставки в таможни назначения подакцизных товаров и др. Решением указанных проблем стало принятие решения о создании общегосударственной таможенной системы электронной почты и оперативного контроля. Надежное функционирование такой системы опирается на транспортную сеть спутниковой связи, которая позволяет пограничной таможне в реальном режиме времени, проверять все указанные в декларации реквизиты.

В условиях нормативной нестабильности и избытка информации инструментарий современного маркетинга брокерских услуг претерпел значительную эволюцию, движимую необходимостью доказывать свою экспертность. Ключевым активом стала способность обеспечить клиенту не просто скорость, а, в первую очередь, предсказуемость и безопасность. Это

возвело контент-маркетинг в ранг основного инструмента построения доверия, сместив его от рекламных слоганов к предоставлению достоверной, структурированной и прикладной аналитики. Эффективная маркетинговая стратегия стала предполагать переход к проактивной модели коммуникации, основанной на:

- глубоких аналитических обзорах, содержащих не только констатацию изменений законодательства, но и готовые алгоритмы действий для предприятий различных секторов экономики, трансформирующие информацию в инструменты принятия бизнес-решений.

- отраслевых вебинарах и практических кейсах, обеспечивающих погружение в реальные бизнес-процессы, такие как легализация параллельного импорта, организация расчетов в национальных валютах и вывод несырьевой продукции на новые рынки.

- прогнозном моделировании и сценарном планировании, позволяющем участникам ВЭД перейти от реактивной к проактивной бизнес-модели и стратегически планировать ВЭД в условиях продолжающейся нестабильности.

Исключительно важно обеспечить скорейшую модернизацию компьютерных информационных систем для углубления цифровизации работы таможенных органов. Комплексная цифровая трансформация таможенного дела не только обеспечивает ускорение таможенного оформления перемещаемых через таможенную границу товаров, но и существенно снижает коррупционные риски. Важным следствием цифровизации становится компьютеризация работы таможни, которая ведет к сокращению, вплоть до полного исключения в ряде случаев непосредственного контакта между должностными лицами таможенной службы и участниками ВЭД. Использование автоматизированных компьютерных систем в таможенной сфере также обеспечивает повышение уровня стандартизации операций, что, в свою очередь, исключает произвольные решения сотрудников таможенной службы и обеспечивает их

строгую подотчетность, а также надежное аудиторское сопровождение таможенных операций.

Выделим основные этапы маркетингового продвижения на рынке брокеров в информационном пространстве и в системе Интернет (рис. 2.11).



Рисунок 2.11 – Основные этапы маркетингового продвижения на рынке брокеров в информационном пространстве и в системе Интернет

Стратегической целью информатизации таможенных органов выступает формирование интегрированной информационной инфраструктуры, основанной на современных технологиях, программно-технических комплексах и высокоскоростных каналах связи. Создаваемая инфраструктура призвана обеспечивать информационную поддержку ключевых направлений деятельности таможенных служб и способствовать решению актуальных и перспективных задач таможенного администрирования.

В рамках данной цели приоритетное значение приобретает не только ведение таможенной статистики, но и формирование на ее основе аналитических материалов по вопросам ВЭД. Результаты данного анализа представляются правительству для обоснования мер тарифного и нетарифного регулирования. Организационным обеспечением этой работы выступают

специализированные аналитические подразделения, созданные в структуре таможенных органов на федеральном и региональном уровнях.

В условиях требований современной международной торговли особую актуальность приобретает совершенствование таможенного администрирования через внедрение комплексной системы автоматизации таможенного контроля и оформления. Ключевыми элементами данной трансформации являются: внедрение современных систем электронной коммуникации, создание информационно-аналитических систем поддержки управленческих решений, а также реализация перспективных IT-решений, соответствующих лучшим мировым практикам [117].

Отметим, что стратегически важной задачей таможенных органов является обеспечение стабильного роста объемов транзитных грузоперевозок и повышение качества обслуживания всех участников ВЭД путем создания единой системы таможенного транзита, так называемых коридоров доверия на основе использования навигационных пломб и унифицированных гарантийных механизмов [137, с. 203-204].

В контексте маркетинга на рынке брокеров «электронная таможня» рассматривается как ключевая цифровая экосистема, трансформирующая конкурентное поле и потребительские ожидания. Для таможенного брокера она становится фундаментом новой бизнес-модели, при которой технологическая интеграция напрямую определяет уровень сервиса и клиентской лояльности.

Её функционал создаёт основу для клиентоориентированной стратегии за счёт:

- формирования единого цифрового контура взаимодействия, что позволяет брокеру реализовать сервис «единого окна», повышая прозрачность и оперативность, критически важные для формирования доверия;
- автоматизации рутинных процедур, что высвобождает ресурсы для создания дополнительной ценности через углублённый консалтинг, индивидуальное сопровождение и развитие партнёрских отношений.

– генерации массивов данных (Big Data), которые брокер может трансформировать в аналитический капитал для стратегического консультирования клиентов, управления рисками и персонализации предложений.

Таким образом, система эволюционирует для брокера из технологической платформы в среду для построения долгосрочного партнёрства, где ключевыми конкурентными активами становятся скорость, экспертиза и управление доверием. Это обуславливает необходимость для брокерских компаний включать цифровую компетентность в качестве стержневого элемента своей маркетинговой стратегии [128].

За основу создания Электронной таможни следует принимать структурный принцип построения, который обеспечивает модульную организацию и поэтапное наращивание ее функциональных возможностей. Это поможет сконцентрировать технические и финансовые ресурсы единой автоматизированной информационной системы на решении задач поэтапного перехода от действующего механизма подачи документов (грузовой таможенной декларации) к таможенному оформлению с механизмом электронного декларирования и одновременно начать проектирование, создание и внедрение программно-технических комплексов для автоматизации обработки всех типов документов, которые должны предоставляться как субъектом ВЭД, так и другими органами исполнительной власти исключительно в электронном виде.

Структурно-функциональное наполнение экосистемы «электронной таможни» формируется комплексом технологических подсистем, каждая из которых открывает для таможенного брокера новые возможности в маркетинге взаимоотношений и создании клиентской ценности. К таким ключевым элементам относятся:

– электронное декларирование и документооборот, составляющие основу для сервиса «единого окна» и повышения операционной прозрачности;

- система анализа и управления рисками, позволяющая брокеру предлагать клиентам превентивный консалтинг и страхование рисков;
- межведомственная автоматизированная система и унифицированная база нормативных документов, дающие брокеру доступ к актуальной информации для стратегического планирования и минимизации ошибок;
- автоматизированные механизмы контроля и пост-аудита, создающие основу для долгосрочной юридической безопасности клиента и подтверждения надёжности услуг брокера.

Таким образом, каждая техническая подсистема трансформируется в инструмент маркетинга, позволяя брокеру дифференцировать своё предложение через скорость, безопасность, экспертизу и проактивное сопровождение, что в конечном итоге формирует лояльность и укрепляет конкурентные позиции на рынке [96, с. 340-341].

В настоящее время при совершении таможенных операций и таможенного контроля наиболее активно используются такие инновационные таможенные технологии, как автоматическая регистрация таможенной декларации, удалённый и автоматический выпуск товаров, применение которых стало возможным с развитием электронного декларирования.

Анализ генезиса цифровизации в таможенной сфере демонстрирует, что внедрение электронного декларирования в различных странах имело выраженную этапность. На начальных стадиях цифровой трансформации ключевой задачей становилось изучение международного опыта и адаптация успешных практик с учетом национальной специфики. Сравнительный анализ преимуществ электронного декларирования – таких как сокращение временных и финансовых издержек, повышение прозрачности и снижение коррупционных рисков – сохраняет методологическую ценность для исследования современных процессов цифровизации на рынке брокеров.

Начало развития электронного декларирования в РФ положено в 2002 году. С тех пор доля интернет-деклараций в общем объёме оформляемых документов неуклонно росла, и на сегодняшний день составляет 100 %, так

как с 1 января 2014 года Таможенная служба Российской Федерации полностью перешла на электронный документооборот.

Процесс цифровой трансформации на рынке таможенных брокерских услуг имеет выраженную этапность и региональную специфику. В качестве показательного примера можно рассмотреть поэтапное внедрение системы электронного декларирования в практике таможенных органов.

На начальном этапе (например, в 2020 году) в ДНР только планировалось внедрение электронного декларирования, что актуализировало изучение зарубежного опыта. Для сравнения, в РФ данный процесс был запущен в 2002 году и к 2014 году достиг 100 % охвата. Анализ преимуществ электронного декларирования, выявленных в тот период, сохраняет методологическую ценность, среди которой:

- сокращение временных и финансовых издержек;
- минимизация коррупционных рисков;
- стандартизация таможенных процедур;
- повышение прозрачности процессов [89, с. 189-190].

Выявленные преимущества электронного декларирования формируют основу для построения современной маркетинговой стратегии таможенных брокеров. Сокращение временных и финансовых издержек становится ключевым аргументом в ценностном предложении, повышение прозрачности – инструментом построения доверия с клиентами, а минимизация коррупционных рисков – важным конкурентным дифференциатором на рынке брокерских услуг.

Таким образом, на сегодняшний день нет ни одного направления деятельности таможен, которое не было бы связано с автоматизацией. Автоматизированные системы обработки информации таможенных органов динамически развиваются и совершенствуются сообразно стоящим перед ними задачам.

В результате научного исследования выделим основные индикаторы выбора брокера на современных биржах, которые характеризуют критерии

качества и профессиональных компетенций специалистов рынка брокерских услуг, которые дополнены таким индикатором, как готовность брокера к цифровизации и умением формировать портрет цифрового клиента, что позволит заинтересованным лицам при их использовании определиться с выбором наиболее компетентного и востребованного брокера (рис. 2.12).

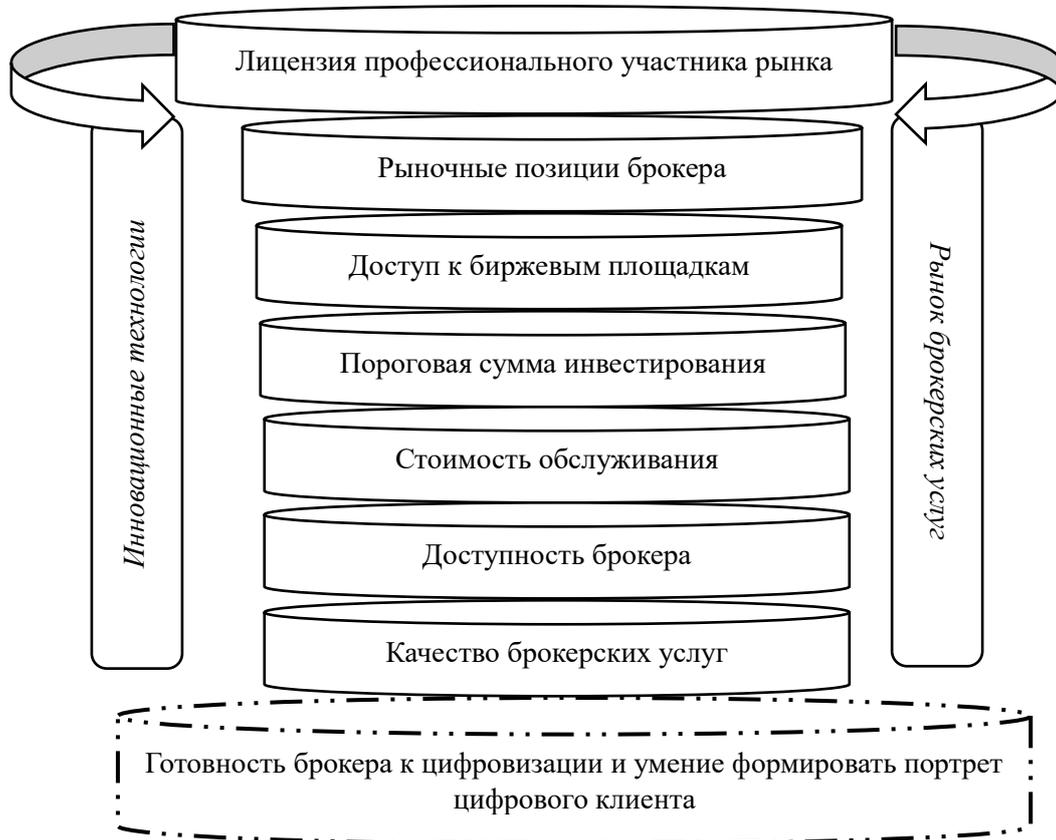


Рисунок 2.12 – Индикаторы выбора брокера на современных биржах

Отметим особенности и специфику организации профессиональной деятельности фондовых брокеров. Постоянно растущие потребности инвесторов в разнообразии инвестиционных продуктов обуславливает необходимость создания брокерами широкой линейки инвестиционных продуктов и внедрения передовых технологий. Все это способствует развитию финансового инжиниринга. Для реализации данной деятельности брокеры создают специальные структурные подразделения, призванные разрабатывать новые структурные финансовые продукты, новые категории паевых инвестиционных фондов и т.д.

Финансовый инжиниринг обеспечивает «то самое, необходимое розничным инвесторам, разнообразие финансового инструментария, которое является, может быть, наиболее важным условием их интереса к фондовому рынку», а также конкурентное положение брокерской организации на рынке ценных бумаг [65].

В результате научного исследования выделены основные индикаторы выбора брокера на современных биржах, которые характеризуют критерии качества и профессиональных компетенций специалистов рынка брокерских услуг, которые дополнены таким индикатором, как готовность брокера к цифровизации и умением формировать портрет цифрового клиента, что позволит заинтересованным лицам при их использовании определиться с выбором наиболее компетентного и востребованного брокера.

ВЫВОДЫ К РАЗДЕЛУ 2

1. Результаты маркетингового исследования функционирования рынка брокеров и таможенной сферы указывают на то, что приобретают значимость услуги таможенных представителей, которые являются посредником между таможенными органами и субъектом ВЭД. Таможенным представителем признается юридическое лицо, обладающее необходимыми профессиональными компетенциями и включенное в официальный Реестр таможенных представителей. Данные организации уполномочены совершать таможенные операции, а также сопровождать внешнеэкономические сделки по поручению декларанта или иного заинтересованного лица. По состоянию на 31 марта 2023 года в Реестре было зарегистрировано 1585 юридических лиц, статус которых имели 696 действующих таможенных представителей.

2. Модель работы брокера отражает специфику его деятельности на основе интеграции маркетинговых функций, реализация которых осуществляется с учётом принципа «единого окна», что обеспечивает

комплексность и согласованность услуг, повышая их качество и клиентоориентированность. Представленная модель трансформирует стандартное таможенное оформление в целостный сервис, в котором каждый этап направлен на формирование долгосрочной ценности для клиента, и обеспечивает более качественное и профессиональное выполнение брокерских услуг по продвижению товаров через таможенную границу.

3. Практическая реализация модели обеспечивает персонализацию сервиса на основе глубокого анализа потребностей клиента, характеристик груза и выбранной таможенной операции. Такой подход позволяет брокеру формировать индивидуальное ценностное предложение для каждого заказчика, выходя за рамки шаблонных решений. Комплексное сопровождение на всех этапах перемещения груза, основанное на данной модели, напрямую способствует повышению операционной эффективности и снижению транзакционных издержек предприятий-участников ВЭД. Таким образом, модель служит не только внутренним регламентом, но и ключевым элементом маркетинговой стратегии брокера, укрепляя его рыночные позиции за счет демонстрации измеримой результативности и клиентоориентированности.

4. Результатом гармонизации деятельности в сфере маркетинга на рынке брокеров должна быть действенная система «электронной таможни». «Электронная таможня» – это многофункциональная комплексная система, которая существует в таможенных органах и объединяет информационно-коммуникативные технологии и совокупность механизмов их применения и дает возможность повысить качество таможенного регулирования и усовершенствовать таможенное администрирование с целью обеспечения таможенной безопасности государства, путем: технологической поддержки непрерывного двустороннего потока электронной информации от органов государственной власти, субъектов ВЭД в таможенные администрации страны, накопление информации и обработки; внедрение новейших процедур автоматизации процессов таможенного контроля и оформления и их

сопровождения; создание технической поддержки организационно-технических систем для функционирования комплексных автоматизированных процедур оценки качества выполнения таможенного дела; информационного обеспечения правоохранительной деятельности, контроля за перемещением товаров и других функций, которые возложены на таможенные органы.

5. Развитие «Электронной таможни» представляет собой не техническую модернизацию, а фактор, кардинально меняющий конкурентный ландшафт рынка брокерских услуг. Автоматизация и электронный документооборот нивелируют традиционные преимущества, основанные на операционной скорости, перенося конкуренцию в технологическую и экспертно-консультационную плоскость. Ключевыми маркетинговыми преимуществами становятся: интеграция с цифровыми платформами ФТС России, обеспечивающая бесшовность процесса; предоставление клиенту прозрачности и аналитики в режиме реального времени; смещение фокуса на оптимизацию платежей и управление рисками. Инвестиции в соответствующие технологии и компетенции становятся критически важным элементом маркетинговой стратегии, позволяя брокеру позиционировать себя как технологичного партнера, добавляющего ценность.

6. Сформирована панель индикаторов выбора брокеров в системе рейтингов для проведения комплексной оценки их работы, сочетающая финансовую эффективность, качество сервисов, уровень доверия, клиентскую ориентированность и инновационность, отличается итоговым построением матрицы позиционирования брокеров и сегментацией квадрантов на «лидеров», «сервисных игроков», «техников без доверия» и «аутсайдеров», что определит индикаторную систему стратегического выбора рейтингов нового поколения, ориентированных не только на формальные показатели, но и на качество долгосрочных отношений с клиентами.

7. Представлены основные индикаторы выбора брокера на современных биржах, которые характеризуют критерии качества и

профессиональных компетенций специалистов рынка брокерских услуг, которые дополнены таким индикатором, как готовность брокера к цифровизации и умением формировать портрет цифрового клиента, что позволит заинтересованным лицам при их использовании определиться с выбором наиболее компетентного и востребованного брокера.

Основные положения раздела опубликованы в научных работах [76, 81, 82, 83, 88, 89, 91, 94, 95, 96, 97, 98, 102].

РАЗДЕЛ 3

СТРАТЕГИЯ МАРКЕТИНГА НА РЫНКЕ БРОКЕРОВ

3.1 Перспективы использования цифровых платформ для рынка брокерских услуг: маркетинговые аспекты

Маркетинг на рынке брокеров и брокерских услуг развивается в период интеграционных процессов на фоне совершенствования парадигмы цифровой экономики. Интеграционные процессы сопровождаются масштабными цифровыми изменениями, которые коснулись всех сфер деятельности на рынке брокерских услуг в таможенной деятельности брокеров [85, с. 98].

Процесс цифровизация невозможен без использования соответствующих технологий и инструментов. В условиях современной цифровой экономики использование цифровых инструментов становится необходимым условием получения конкурентных преимуществ. Они дают возможность сокращать затраты на производство, повышать качество изготавливаемой продукции, оптимизировать процессы обслуживания и управления [109, с. 209].

Таможенный брокер на рынке брокерских услуг при осуществлении операций в сфере ВЭД активно внедряет цифровые технологии, основанные на современной концептуальной форме цифровой экономики.

Цифровые платформы в системе маркетинга на рынке брокерских услуг включают современные гибридные интеллектуальные системы; цифровые программы в организации логистики, производства, коммуникаций; комплексное цифровое решение для управления бизнес-процессами [20, с. 56].

Таможенный брокер использует цифровые технологии для оформления всех таможенных документов и электронные системы для формирования пакета документов, которые подаются вместе с декларацией при пересечении таможенной границы.

Например, аутсорсинговые услуги на рынке брокерских услуг при оформлении таможенных деклараций, которые осуществляются на основе современных цифровых решений пользуются большим спросом. Согласно сформированному прогнозу доля аутсорсинга в оформлении деклараций на товары (ед.) оценочно составит: в 2025 г. – 58 % (под ЭЦП клиента 28 %, под ЭЦП брокера 30 %); в 2028 г. – 40-41 % (под ЭЦП клиента 21 %, под ЭЦП брокера 20 %) [178].

Активно учеными, экономистами и маркетологами обсуждается вопрос формирования «цифровой таможни» по опыту зарубежных стран, что будет способствовать реализации объективно существующих, быстроразвивающихся международных экономических явлений под общим названием цифровая экономика. Развитие маркетинга на рынке брокерских услуг на основе цифровых технологий является одной из важных задач в развитии цифровой экономики, которая ярко позиционирует разработку и развитие цифровых технологий на основе исполнения электронных транзакций через Интернет.

Современная оцифровка таможенных документов брокерами и осуществление комплекса брокерских услуг на основе цифровых технологий позволяет развивать новые интеллектуальные цифровые сети, которые фундаментально меняют традиционную внешнеэкономическую торговлю [121, с. 70].

Цифровые аспекты трансформации деятельности таможенных органов и таможенных брокеров в посреднической деятельности указывают на необходимость развития:

- концепции формирования адекватной базовой модели кибернетического института таможенного регулирования;
- проведение реформы в системе стандартизации таможенных процессов и таможенного регулирования;
- формирование научно-методических основ в сфере таможенного регулирования и развитие системы знаний в данной сфере;

- совершенствование маркетинговой деятельности в реализации основ осуществления брокерских услуг;
- разработка инновационных технологий электронного регулирования, администрирования и контроля.

В сфере маркетинга на рынке брокерских услуг на этапе развития цифровой экономики осуществляется формирование единой информационной платформы, методик анализа и подготовки решений в среде перспективных IT технологий и инструментальных средств на единой методологической базе и формирование единой системы оценки качества выполнения брокерских услуг, таможенных органов и системы показателей эффективности исполнения маркетинговой деятельности специалистов отдела маркетинга путем внедрения IT-технологий и программно-технических и цифровых программ таможенного регулирования и управления.

Современная система международной торговли характеризуется не только процессами глобализации, но и глубинной цифровой трансформацией, которая меняет природу таможенных рисков. Если традиционно под таможенным риском, согласно статье 376 ТК ЕАЭС, понималась преимущественно вероятность несоблюдения законодательных норм [208], то в текущих экономических реалиях для участников ВЭД он эволюционировал в комплексные бизнес-риски, включающие финансовые, репутационные, операционные и стратегические компоненты. Именно эта фундаментальная трансформация создает уникальную маркетинговую среду для таможенных брокеров, где компетенция в области проактивного управления рисками становится не просто услугой, а основой ценностного предложения и основой для построения долгосрочных конкурентных преимуществ [103, с. 141].

Системный ответ на эти вызовы был сформулирован в Стратегии развития таможенной службы Российской Федерации до 2030 года, где переход к риск-ориентированной модели контроля предполагает создание «умной» (англ. smart) самонастраивающейся системы управления рисками [200]. Для рынка брокерских услуг данная трансформация означает не просто

техническую модернизацию отдельных процедур, а кардинальную смену всей конкурентной парадигмы. Брокеры, способные не только интегрироваться в эту «умную» экосистему, но и активно использовать ее инструментарий для создания дополнительной ценности для клиентов, получают возможность формировать качественно новое рыночное позиционирование. Особую актуальность этот процесс приобретает в условиях интеграции новых территорий и переориентации товаропотоков, когда традиционные подходы к таможенному оформлению демонстрируют свою недостаточность.

Ключевым драйвером данной трансформации выступают средства ИИ. Согласно ГОСТ Р 59277-2020, ИИ представляет собой комплекс технологических решений, имитирующих когнитивные функции человека [49]. Однако в контексте маркетинга брокерских услуг этот технологический комплекс трансформируется в стратегический инструментарий для создания доказуемых и измеримых конкурентных преимуществ. Проведенный анализ отечественных исследований [8, с. 96-102, 50, с. 105-113, 115, с. 51-57, 198, с. 22-30, 220, с. 91-97] в сопоставлении с зарубежным опытом позволяет не просто констатировать факт технологического внедрения, а выявить конкретные маркетинговые механики влияния ИИ на потребительское поведение и рыночное позиционирование брокерских компаний.

Разработанная панель индикаторов выбора брокера (см. раздел 2.2) получает практическое наполнение через применение технологий ИИ в ключевых операционных областях. Способность систем ИИ к самообучению на больших массивах данных [198, с. 23-24] позволяет брокеру демонстрировать клиенту не просто эмпирический опыт, а технологически обеспеченную прогнозную точность, что напрямую влияет на такие индикаторы, как «надежность» и «инновационность» (табл. 3.1).

Таблица 3.1 – Маркетинговые преимущества брокера от внедрения технологий искусственного интеллекта

Область применения	Используемые технологии на основе ИИ	Формируемое маркетинговое преимущество для брокера	Влияние на клиентское решение
Классификация товаров по ТН ВЭД	Автоматическое определение и верификация кода ТН ВЭД на основе машинного обучения	Снижение риска доначислений и штрафов для клиента на 25-40 %	Позиционирование как «гаранта таможенной чистоты сделки», снижение финансовых потерь
Оформление и контроль таможенных деклараций	Интеллектуальная обработка и верификация документов, выявление аномалий	Сокращение времени оформления на 30 %, минимизация «человеческого фактора»	Повышение операционной эффективности клиента, соблюдение сроков поставок
Расчет таможенных платежей	Прогнозная аналитика и корректное определение размера налогов	Прозрачное и обоснованное ценообразование, аудит таможенной стоимости	Доверие к расчетам, отсутствие скрытых издержек, легитимная оптимизация
Управление рисками цепочки поставок	Анализ больших данных из множества источников (логистика, финансы, законодательство)	Проактивное выявление узких мест и потенциальных задержек	Снижение операционных рисков клиента, повышение надежности всей цепочки

Проблемы, традиционно ассоциируемые с таможенным оформлением, такие как сложность классификации товаров при ручном контроле и ограниченных временных рамках [8, с. 97], для технологически оснащенного брокера трансформируются в маркетинговые аргументы. Он может предложить клиенту не просто услугу, а комплексную страховку от финансовых, репутационных и временных потерь. Интеграция ИИ в электронный документооборот и реализация концепции интеллектуального пункта пропуска [220, с. 93] позволяют брокеру гарантировать беспрецедентный уровень прозрачности и управляемости процесса: клиент в режиме, приближенном к реальному времени, получает доступ к мониторингу статуса каждой процедуры, что повышает уровень доверия и клиентской лояльности, трансформируя разовую транзакцию в долгосрочное партнерство.

Мировой опыт служит не просто подтверждением данной тенденции, а источником конкретных бизнес-моделей для российских брокеров. Международные компании, такие как COTECNA с ее самообучающейся системой CRMS®, построенной на алгоритмах предиктивной аналитики [242], или стартап iCustoms с платформой для сквозной автоматизации декларирования на базе ИИ и компьютерного зрения [243], строят свой бизнес именно на предложении технологичных решений по управлению рисками. Их коммерческий успех наглядно доказывает, что современный брокер – это не пассивный исполнитель поручений, а активный поставщик технологических сервисов и консультационных решений. ИИ приводит к фундаментальному преобразованию международной торговли [240], а для брокеров он становится фундаментом новой маркетинговой стратегии, основанной на ценности, предсказуемости, глубокой аналитике и способности адаптироваться к быстро меняющимся условиям.

Особую актуальность и востребованность компетенции в области ИИ приобретают в сегменте электронной коммерции, где высокая скорость обработки заказов, большие объемы данных и их неструктурированность создают значительные риски уклонения от налогов и нарушения таможенного законодательства [231]. Способность брокера использовать многослойные нейронные сети и передовые технологии обработки естественного языка для автоматической классификации товаров по их текстовым описаниям и изображениям с интернет-площадок становится не просто преимуществом, а критически важным условием выживания и роста интернет-ритейлеров. В этом контексте технологически оснащенный брокер выступает уже не как классический таможенный посредник, а как ключевой партнер и интегратор, обеспечивающий легальность, безопасность и масштабируемость бизнеса на новых рынках [50, с. 111-112].

Визуализируем особенности использования маркетинговых технологий и инноваций в маркетинге на рынке брокеров и представим результаты научного исследования на основе оценки эффективности использования

инновационных маркетинговых технологий таможенными брокерами за период 2022-2024 гг. (рис. 3.1).

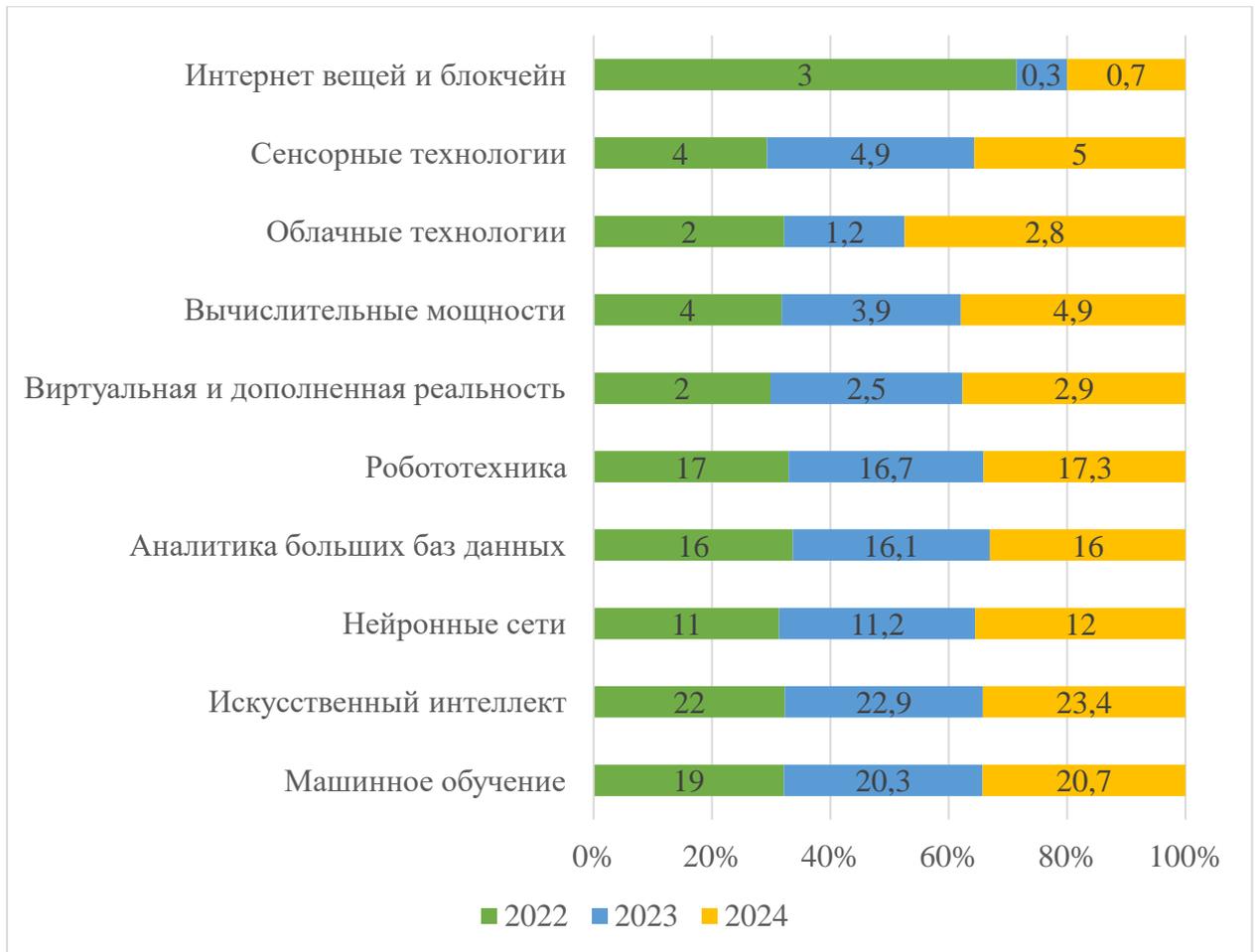


Рисунок 3.1 – Оценка эффективности использования инновационных маркетинговых технологий таможенными брокерами за период 2022-2024 гг.

Проведенный анализ позволил выявить не только перспективы, но и системные барьеры, сдерживающие развитие маркетинга брокерских услуг на основе ИИ в РФ:

критический дефицит готовых отечественных решений «под ключ», а главное – квалифицированных кадров для их внедрения, адаптации и сопровождения, препятствует формированию технологичного предложения у большинства брокеров, фактически обрекая их на малоприбыльную ценовую конкуренцию вместо конкуренции по ценности;

отсутствие единых стандартов и доверенных платформ для безопасного обмена данными между таможенными органами, брокерами, банками и

участниками ВЭД создает «информационные силосы» и ограничивает возможности для построения сквозных автоматизированных процессов, существенно снижая итоговую ценность и эффективность даже отдельных технологических решений для конечного клиента;

скорость развития технологий ИИ на порядок опережает скорость адаптации таможенного законодательства и подзаконных актов, что создает зоны правовой неопределенности и существенно сдерживает инвестиции брокеров в разработку и внедрение действительно инновационных сервисов, основанных на ИИ;

отсутствие проработанных методик оценки экономического эффекта от внедрения ИИ-решений для клиента не позволяет брокерам эффективно коммуницировать ценность своих технологических услуг и обосновывать премиальность своего позиционирования.

Таким образом, ускоренное развитие и практическое внедрение средств ИИ в деятельность таможенных брокеров является не просто вопросом технической или операционной модернизации, а стратегической целью для построения устойчивых, долгосрочных конкурентных преимуществ в условиях цифровой экономики. Внедрение ИИ позволяет на практике осуществить декларируемую в исследовании фундаментальную трансформацию брокера из операционного исполнителя рутинных процедур в стратегического партнера, способного управлять не только таможенными формальностями, но и комплексными бизнес-рисками клиента. Это, в свою очередь, формирует новое, более высокое качество маркетингового взаимодействия и ценностного обмена на рынке брокеров, переводя конкуренцию из плоскости цены в плоскость создания уникальной потребительской ценности, технологической экспертизы и стратегического партнерства, что в долгосрочной перспективе определит новых лидеров рынка.

3.2 Совершенствование перемещения товаров через таможенную границу

При формировании стратегии развития рынка таможенных брокеров в условиях трансформации таможенной сферы важно учитывать не только особенности осуществления таможенной деятельности, но и маркетинговые аспекты создания конкурентных преимуществ [100, с. 39].

В РФ реализуется ряд мероприятий, направленных на развитие предпринимательской среды в сфере ВЭД, где роль таможенных брокеров становится ключевой с точки зрения обеспечения добавленной стоимости для клиента [74, с. 30].

В современных условиях брокер должен позиционировать себя не просто как исполнителя таможенных процедур, а как стратегического партнера, способного оптимизировать издержки и минимизировать риски клиента.

Для сохранения конкурентных позиций на глобальном рынке, бизнес должен быть гибким, технологически подкованным и быстро реагируемым на изменения. Эффективность международной торговли зависит, в частности, от того, сколько времени занимает таможенное оформление товаров и как быстро они могут быть доставлены клиенту. С одной стороны, процедуры контроля достаточно сложны и занимают определенное количество времени. С другой стороны, надлежащая подготовка и детальная проработка каждого этапа внешнеторговой сделки является ключом к успеху.

В законодательном регулировании порядка перемещения грузов через таможенную границу наблюдаются законотворческие и нормативные изменения. Влияние новых российских правил трансфертного ценообразования на таможенную оценку в последнее время стало популярной темой для обсуждения. Последствия корректировки трансфертного ценообразования (т.е. изменения цен в сделках между связанными сторонами) часто вызывают споры с таможенными органами. Механизм трансфертного

ценообразования следует рассматривать не только с точки зрения корпоративного налога, но и с точки зрения таможенной стоимости. При решении вопросов перемещения грузов через границу разрешить вопросы таможенной оценки грузов, связанным с трансфертным ценообразованием, включая обоснование трансфертных цен таможенным органам, решение вопросов корректировки таможенной стоимости и многое другое.

Классификация товаров в соответствии с ТН ВЭД – один из самых сложных вопросов, который требует не только общих навыков классификации, но и глубоких знаний в отрасли и/или конкретной товарной группы. Неправильная классификация может привести к значительным рискам. Эксперты брокерских предприятий помогают определить соответствующий код для товаров, определить возможности экономии на пошлинах с использованием таможенных классификаций, пересмотреть тарифные коды, присвоенные товарам декларантами, и подать заявку на обязательные таможенные решения.

В последнее время существенно возросли административные штрафы за нарушение таможенных правил, особенно за недостоверное декларирование товаров. Кроме того, срок давности за нарушение таможенных правил продлен до двух лет. Для того, чтобы избежать нарушений при перемещении товаров через таможенную границу необходимо проанализировать импортную/экспортную деятельность компании, чтобы определить риски и возможности для оптимизации таможенных пошлин.

Одним из признанных способов снижения для предприятия потенциальных рисков является создание эффективной функции внутреннего таможенного контроля. Необходимо осуществить все необходимые действия в настройке соответствующей функции таможенного контроля или оценить внутренний контроль соблюдения требований таможенного законодательства компании и дать рекомендации по их улучшению.

Происхождение товаров может дать возможность сэкономить на пошлинах, так же как это может привести к возникновению риска.

Необходимо соблюдать требования к происхождению, обоснованию происхождения товаров (в том числе товаров, произведенных в особых экономических зонах РФ) и подаче заявки на получение сертификатов происхождения.

Ключевым элементом экспертной ценности таможенного брокера является его способность легально оптимизировать таможенные платежи для клиента. Это достигается не только за счет корректного оформления, но и глубоких знаний полного арсенала инструментов, предоставляемых таможенным законодательством. К ним относятся выгодные таможенные процедуры (такие как временный ввоз, переработка на таможенной территории или свободная таможенная зона), правильное применение преференций по стране происхождения, а также корректный выбор метода определения таможенной стоимости. Таким образом, консультация по оптимальному выбору процедуры становится не отдельной услугой, а неотъемлемой частью комплексного предложения брокера, напрямую влияющей на снижение издержек клиента и формирование долгосрочного партнерства.

Современная система маркетинга на рынке брокеров требует глубокого понимания и систематизации ключевых проблем участников ВЭД, которые формируют спрос на профессиональные посреднические услуги. Анализ показывает, что основные сложности для импортеров и экспортеров концентрируются в трех ключевых областях: таможенная оценка (включая вопросы трансфертного ценообразования и корректировки таможенной стоимости), точная классификация товаров в соответствии с ТН ВЭД, а также соблюдение постоянно усложняющихся нетарифных мер регулирования и технических регламентов [15, с. 187-194]. Каждая из этих областей содержит значительные финансовые и репутационные риски, величина которых многократно превышает стоимость услуг таможенного представителя, что создает объективные предпосылки для формирования долгосрочных партнерских отношений.

Ключевым элементом экспертной ценности таможенного брокера в современной конкурентной среде становится его способность не просто корректно оформить товары в соответствии с действующим законодательством, но и обеспечить легальную оптимизацию таможенных платежей и логистических издержек для клиента, используя весь арсенал инструментов, предоставляемых таможенным и налоговым законодательством [104, с. 109-111]. Данный подход позволяет брокеру осуществить стратегический переход от деструктивной ценовой конкуренции к созидательному ценностному предложению, где основным продуктом становится не формальное оформление документов, а комплексная гарантия бесперебойности поставок, минимизация финансовых и регуляторных рисков, а также обеспечение предсказуемости внешнеэкономических операций.

Маркетинговая стратегия, построенная на данном подходе, предполагает смещение акцента с транзакционной модели взаимодействия («услуга-оплата») к модели стратегического партнерства, в рамках которой брокер интегрируется в бизнес-процессы клиента, принимая на себя функцию управления таможенными рисками и оптимизации трансграничных издержек. Это соответствует общемировой тенденции перехода от классического посредничества к аутсорсингу комплексных функций управления цепочками поставок, где таможенный брокер отвечает за правовое сопровождение сделок и оптимизацию трансграничной логистики.

Современная таможенная логистика, понимаемая как комплекс мер по организации перемещения товаров через границу, должна эволюционировать из операционного инструмента в стратегическую основу для формирования диверсифицированного маркетингового предложения, ориентированного на создание комплексной ценности для клиента. В рамках данной концепции рынок таможенных услуг трансформируется из системы разрозненных экономических отношений в интегрированное пространство создания потребительской ценности, где брокер выступает не просто посредником, а архитектором эффективных трансграничных решений, отвечающих

стратегическим интересам клиента в области снижения издержек, управления рисками и оптимизации логистических цепочек.

Экспертиза в сложных товарных группах, рассмотренная на примере горюче-смазочных материалов (далее – ГСМ), становится содержательным ядром для построения клиентоориентированных маркетинговых коммуникаций, выходящих за рамки традиционной рекламы. На практике это реализуется через разработку специализированных направлений деятельности, включающих: отраслевые консультационные услуги по таможенному регулированию конкретных групп товаров; аналитические отчеты по динамике изменения ставок таможенных пошлин и мер нетарифного регулирования; услуги таможенного аудита и юридического сопровождения; а также разработку индивидуальных схем таможенного оформления с учетом особенностей конкретных товарных групп и специфики бизнес-модели клиента.

Интеграция в маркетинговые коммуникации предполагает активное использование контент-маркетинга через публикацию тематических обзоров, проведение отраслевых вебинаров, участие в профильных конференциях топливно-энергетического комплекса с докладами по актуальным вопросам таможенного регулирования. Данный подход позволяет не только демонстрировать экспертные навыки, но и формировать устойчивые ассоциации бренда брокера с конкретной товарной специализацией, создавая тем самым эффект «естественного выбора» для компаний соответствующего сектора при поиске таможенного представителя. Такой подход соответствует современной системе маркетинга взаимоотношений, где основой конкурентного преимущества становится не цена услуги, а способность решать комплексные проблемы клиента через глубокое понимание его бизнеса и отраслевой специфики.

С целью совершенствования и развития маркетинга в таможенной сфере представляется необходимым:

- провести комплексное маркетинговое исследование основных направлений формирования и продвижения таможенных услуг на основе маркетингового подхода;

- сформировать комплекс тактических и стратегических действий работников таможенных органов на рынке таможенных услуг по поддержанию продовольственной безопасности и защите интересов населения;

- разработать систему критериев и показателей оценки качества и эффективности предоставляемых таможенных услуг с учетом коэффициента КРІ для сотрудников таможенных служб, с учетом выполнения ими соответствующих профессиональных компетенций [181, с. 33].

Современная таможенная логистика должна стать не просто инструментом оказания услуг, а основой для формирования комплексного маркетингового предложения. Экспертиза в сложных товарных группах становится содержательным наполнением для клиентоориентированных коммуникаций: отраслевых консультаций, специализированных отчетов по изменениям в регулировании, кейсов успешного решения сложных вопросов классификации. Таможенные услуги в этом контексте представляют собой не просто совокупность взаимосвязанных действий, а систему создания дополнительной ценности для клиента через минимизацию рисков и оптимизацию издержек [124, с. 153-154].

Под таможенной услугой следует понимать совокупность взаимосвязанных и последовательных действий, которые в урегулированном порядке осуществляются в организованном порядке представителями таможенных органов и квалифицированными лицами, которые в законодательном порядке выполняют задачи по совершению таможенных операций.

Управление таможенными рисками представляет собой не только внутреннюю функцию брокера, но и мощный инструмент маркетингового позиционирования, позволяющий демонстрировать клиенту добавленную

стоимость услуг. Глубокое понимание системы управления рисками таможенных органов [16, с. 8, 201], основанное на принципах Киотской конвенции об упрощении и гармонизации таможенных процедур [132], позволяет брокеру трансформировать абстрактные регуляторные требования в конкретные конкурентные преимущества. Данный подход соответствует международной практике, где селективные методы контроля, основанные на анализе профилей риска, создают основу для построения доверительных отношений с участниками ВЭД через обеспечение прозрачности и предсказуемости таможенного администрирования.

На практике это реализуется через разработку и предложение клиентам специализированного сервиса «таможенного риск-менеджмента», который включает: регулярный мониторинг и анализ присвоенных компаниям-клиентам статусов риска; предиктивную аналитику потенциальных зон контроля на основе актуальных профилей рисков ФТС России; разработку превентивных мер по минимизации идентифицированных рисков; а также сопровождение при взаимодействии с таможенными органами в рамках применения системы управления рисками. Такой комплексный подход позволяет не только снизить операционные риски клиента, но и существенно оптимизировать временные затраты на таможенное оформление, что в условиях современного бизнеса становится не менее значимым фактором выбора, чем стоимость услуг.

Особую актуальность данный инструмент приобретает в контексте интеграции новых территорий, где формирование профилей рисков требует учета специфических факторов военно-политической и экономической ситуации. Способность брокера адаптировать методологию управления рисками к особым условиям функционирования становится демонстрацией гибкости и глубины экспертизы, что позволяет занимать уникальные рыночные ниши и формировать репутацию компании, способной решать нестандартные задачи в условиях повышенной регуляторной неопределенности.

Маркетинговая трансформация управления рисками в деятельности таможенного брокера проявляется в создании специализированных сервисов, позиционируемых как дополнительные конкурентные преимущества. В условиях цифровизации таможенных процессов брокеры разрабатывают инновационные продукты на основе риск-ориентированного подхода, которые становятся самостоятельными элементами их маркетингового предложения.

Одним из перспективных направлений является разработка премиальных сервисов таможенного правового сопровождения, включающих регулярный аудит внешнеэкономических операций клиента, мониторинг изменений законодательства и прогнозный анализ потенциальных рисков. Данные услуги позволяют брокеру демонстрировать активный подход к минимизации издержек клиента и формировать долгосрочные партнерские отношения.

Стратегическим маркетинговым инструментом становится создание отраслевых экспертных центров в структуре брокерских компаний. Специализация на конкретных товарных группах, таких как фармацевтическая продукция, сложное техническое оборудование или продукция двойного назначения, позволяет брокерам занимать уникальные рыночные ниши и формировать репутацию отраслевых лидеров. Глубокое понимание специфических рисков и особенностей таможенного регулирования в отдельных секторах экономики трансформируется в конкурентное преимущество [62, с. 438-439].

В рамках маркетинговых коммуникаций современные брокеры активно используют инструменты контент-маркетинга для демонстрации навыков управления рисками. Публикация тематических обзоров, проведение вебинаров по актуальным вопросам таможенного регулирования, разработка отраслевых рекомендаций способствуют формированию образа надежного партнера, способного предвидеть и минимизировать потенциальные угрозы для бизнеса клиента.

Особую актуальность приобретает разработка клиентоориентированных систем отчетности по управлению рисками. Внедрение цифровых платформ, предоставляющих клиенту в режиме реального времени информацию о статусе таможенного оформления, потенциальных рисках и принимаемых мерах по их минимизации [197, с. 31-32], становится значимым конкурентным преимуществом. Прозрачность и интерактивность взаимодействия усиливают доверие к брокеру как к стратегическому партнеру.

В.Г. Морозов и В.А. Останин определяют сущность таможенного риска как «логическую конъюнкцию вероятности нанесения ущерба и его размера» [134, с. 12-13]. При этом в контексте маркетинга брокерских услуг возникновение ущерба непосредственно связано с такими элементами рискованной ситуации:

- потенциальная возможность наступления событий, влекущих нарушения таможенных правил при осуществлении внешнеэкономических операций клиентов;
- непосредственная возможность совершения таких нарушений;
- конкретные формы проявления ущерба, возникающие в результате указанных нарушений;
- частота совершения нарушений таможенных правил;
- стоимостная оценка ущерба, причиняемого в результате нарушения таможенных правил [134].

С точки зрения маркетингового позиционирования таможенного брокера, представленное определение является методологически значимым, поскольку позволяет количественно оценивать и демонстрировать клиентам эффективность услуг по снижению таможенных рисков. В этой связи в дальнейшем изложении понятие «таможенный риск» будет использоваться в значении интегральной совокупности указанных элементов, что соответствует целям формирования клиентоориентированной системы управления рисками в брокерской деятельности.

Процесс управления таможенными рисками в деятельности брокера представляет собой последовательную реализацию таких этапов:

- идентификация областей потенциальных рисков во внешнеэкономических операциях клиентов;
- определение конкретных рисков факторов;
- анализ вероятности реализации рисков и их потенциальных последствий;
- оценка приоритетности рисков для оптимизации ресурсов брокера;
- разработка и реализация мер по минимизации выявленных рисков;
- систематический мониторинг рисков среды;
- оценка эффективности системы управления рисками и ее корректировка;
- документальное фиксирование процессов управления рисками [15].

Данная процессная модель служит основой для построения прозрачной системы риск-менеджмента, которая может быть использована брокером в качестве весомого аргумента при формировании уникального предложения и демонстрации клиентам собственной экспертной компетенции.

Следует отметить, что система управления рисками представляет собой непрерывный процесс, являющийся неотъемлемой частью не только общего процесса управления деятельностью таможенных органов, но и стратегического планирования брокерских компаний. При этом эффективная система управления рисками должна включать структурные блоки методического, кадрового, технического, информационного и прочих видов обеспечения [163], что формирует основу для создания надежного сервисного предложения на рынке таможенных услуг.

Основные задачи применения системы управления рисками в контексте маркетинговой деятельности таможенных брокеров включают: создание оптимального баланса между качеством таможенного контроля и скоростью таможенного оформления; минимизацию влияния человеческого фактора на процесс принятия решений при таможенном декларировании товаров;

формирование прозрачной и предсказуемой среды для участников ВЭД; реализацию стратегических целей развития брокерского бизнеса через обеспечение экономической безопасности клиентских операций.

Нормативную базу управления таможенными рисками в РФ составляют ряд основополагающих законов и нормативных правовых актов, знание и грамотное применение которых становится конкурентным преимуществом таможенных брокеров, позволяющим минимизировать риски клиентов и формировать репутацию надежного партнера.

В условиях интеграции новых территорий в единое таможенное пространство РФ, в частности, при включении таможенных органов ДНР в систему органов ФТС России, для таможенных брокеров открываются новые маркетинговые возможности. Профессиональное изучение и адаптация к новой нормативной базе позволяет брокерам позиционировать себя как экспертов, способных эффективно работать в условиях изменяющегося законодательства. Особую значимость приобретает разработка специализированных риск-профилей, учитывающих специфику товарных групп и логистических схем, характерных для данных регионов, включая последствия текущей экономической ситуации и особенности восстановления внешнеэкономических связей. Такая адаптация системы риск-менеджмента позволяет брокерским компаниям предложить клиентам уникальные компетенции в работе со специфическими рисками новых территорий, создавая тем самым дополнительную потребительскую ценность и укрепляя свои конкурентные позиции на формирующемся рынке таможенных услуг этих регионов.

В контексте формирования маркетинговой стратегии таможенного брокера особое значение приобретает экспертные навыки в работе со стратегически важными и сложными товарными группами. Это позволяет перейти от ценовой конкуренции к ценностному предложению, где брокер позиционируется как надежный партнер, минимизирующий риски клиента.

Ярким примером такой товарной группы для экономики являются ГСМ. Для таможенного брокера компетенция в области ГСМ – это не просто знание операций, а комплексное решение, которое становится его ключевым маркетинговым преимуществом. Оно позволяет напрямую снижать операционные риски для клиента, сводя к минимуму вероятность задержек и финансовых санкций за счет проведения классификационной экспертизы и таможенной оценки. Тем самым брокер трансформируется из рядового исполнителя в стратегического партнера, от которого зависит бесперебойность критически важных для экономики поставок, что создает принципиально иную, более высокую добавленную стоимость его услуг. В результате компании топливно-энергетического комплекса, заинтересованные в стабильности и предсказуемости, оказываются мотивированы к долгосрочному сотрудничеству с таким экспертом, обеспечивая брокеру устойчивый доходный поток и выводя его на качественно новый уровень лояльности клиентов. Экономическая значимость этого сектора лишь подтверждает перспективность данной специализации.

Формирование конкурентного преимущества таможенного брокера на высококонкурентном рынке требует не только операционного совершенства, но и глубокой отраслевой специализации. Одним из наиболее перспективных и сложных сегментов для такой специализации является рынок ГСМ. Его стратегическая значимость для экономической и энергетической безопасности государства [90, с. 29-30] создает уникальную маркетинговую среду для брокеров.

Ключевая маркетинговая особенность данного сегмента заключается в макроэкономическом влиянии стоимости ГСМ на цепочку создания стоимости практически во всех отраслях экономики [101, с. 763]. Как следствие, клиенты, занятые в сфере импорта или экспорта ГСМ, предъявляют повышенные требования к точности таможенного оформления, предсказуемости издержек и минимизации рисков. Любая ошибка в классификации или таможенной стоимости товара в этом сегменте приводит

не только к финансовым санкциям для импортера/экспортера, но и к значительным репутационным издержкам и потенциальным сбоям в логистических цепях.

Таким образом, для таможенного брокера компетенция в работе с ГСМ трансформируется из сугубо технической функции в инструмент маркетингового позиционирования. Брокер, способный гарантировать клиенту легальное сопровождение операций с ГСМ, позиционирует себя не как рядового исполнителя, а как стратегического партнера, от которого зависит устойчивость и экономическая эффективность бизнеса клиента.

Для таможенных брокеров работа с рынком ГСМ представляет собой не просто высокорентабельный сегмент рынка, но и зону повышенных маркетинговых и репутационных рисков. Высокая стратегическая значимость данного сегмента для энергетической безопасности и его подверженность динамичным изменениям в государственном регулировании [78, с. 38-39] формируют уникальные требования к клиентскому сервису.

В условиях, при которых государство решает задачи стабилизации рынка ГСМ и устранения диспропорций между регулированием, импортом и производством, участники ВЭД остро нуждаются не просто в исполнителе таможенных формальностей, а в эксперте-стратге, способном:

- предвидеть изменения в нормативной базе и адаптировать под них схемы таможенного оформления;
- гарантировать бесперебойность поставок, что критически важно для непрерывности бизнес-процессов клиентов;
- легитимно оптимизировать таможенные издержки в условиях жесткого контроля.

Таким образом, существующие особенности таможенного регулирования рынка ГСМ создают теоретический фундамент не для совершенствования государственной политики (что является задачей органов власти), а для формирования конкурентных маркетинговых преимуществ брокера.

Задачи развития таможенного регулирования трансформируются в практические задачи маркетингового позиционирования брокера:

1. Углубление понимания специфики рынка ГСМ позволяет брокеру понимать терминологию и потребности клиента, демонстрировать отраслевую экспертизу и формировать репутацию надежного партнера, а не просто подрядчика.

2. Анализ нормативной правовой базы становится основой для разработки уникальных консультационных услуг – «таможенного сопровождения» для компаний ТЭК, что выделяет брокера на фоне конкурентов.

3. Совершенствование стратегических подходов к таможенному регулированию на практике означает для брокера способность предлагать клиентам адаптивные решения, которые учитывают грядущие изменения в законодательстве и минимизируют риски приостановки поставок.

4. Учет экономической и политической конъюнктуры позволяет брокеру позиционировать свои услуги как элемент обеспечения устойчивости и безопасности бизнеса клиента в нестабильных условиях.

Следовательно, комплексное понимание специфики рынка ГСМ является для брокера не академическим знанием, а стратегическим маркетинговым активом, позволяющим перейти от ценовой конкуренции к конкуренции по ценности, основанной на экспертизе, надежности и способности снижать комплексные риски клиента.

Сложность таможенно-тарифного регулирования рынка ГСМ, в котором ключевым фактором является корректное определение кода ТН ВЭД, создает для участников ВЭД значительные финансовые и регуляторные риски. Высокая детализация товарных подсубпозиций (рис. 3.2) ГСМ [79, с. 38-48] и необходимость проведения специализированных исследований для их однозначной идентификации [92, с. 85-90] трансформируют рутинную процедуру классификации в критически важный элемент бизнес-безопасности клиента.

Для таможенного брокера данная сложность является не препятствием, а основой для формирования уникального предложения. В условиях, при которых ошибка в классификации может привести к доначислению платежей, существенным штрафам и задержкам выпуска товаров, способность брокера гарантировать безупречную классификацию ГСМ становится осязаемой экономической ценностью для клиента.

Таким образом, классификационная экспертиза ГСМ позволяет брокеру:

- позиционировать себя как «гаранта законности сделки», минимизирующего финансовые и репутационные потери клиента;
- обосновать премиальную стоимость услуг, поскольку стоимость ошибки клиента многократно превышает стоимость услуг брокера-эксперта;
- создать эффект «естественного выбора» для компаний ТЭК, для которых предсказуемость таможенных издержек и отсутствие административных процедур являются приоритетом.

Следовательно, компетенция в области классификации ГСМ перестает быть сугубо технической функцией и становится эффективным маркетинговым активом, позволяющим брокеру демонстрировать высочайший уровень профессионализма и строить долгосрочные партнерские отношения с клиентами на основе создания дополнительной ценности и управления рисками.

Сложность классификации наиболее часто перемещаемых ГСМ, таких как легкие дистилляты (специальные бензины, моторные топлива), создает для участников ВЭД «зону повышенного риска». Корректное отнесение товара к конкретной товарной подсубпозиции (например, 2710 12 ТН ВЭД) требует анализа множества взаимосвязанных физико-химических показателей: фракционного состава (температура перегонки), октанового числа, содержания свинца, углеводородного состава и плотности [38, 43, 44].



Рисунок 3.2 – Порядок определения показателей идентификации легких дистиллятов

Для таможенного брокера глубокое понимание этих методик (таких как ASTM D 86, ГОСТ 2177-99) и критериев классификации является не теоретическим знанием, а практическим инструментом создания конкурентного преимущества. Способность точно интерпретировать данные сертификатов качества и технической документации и на этой основе упреждать возможные информационные запросы таможенного органа позволяет брокеру:

1. Формировать исчерпывающий пакет документов, исключая задержки выпуска товаров на границе. Способность заранее выявлять проблемные зоны контроля и самостоятельно формировать полный комплект технической и коммерческой документации минимизирует операционные риски клиента и предотвращает финансовые потери, связанные с простоем транспорта и хранением товара.

2. Укреплять репутацию отраслевого эксперта через свободное оперирование профессиональной терминологией и методами анализа. Глубокое понимание методик испытаний и умение доступно разъяснять их повышает уровень доверия к компетенциям брокера, что укрепляет лояльность клиентов и формирует конкурентное преимущество на специализированном рынке ГСМ.

3. Позиционировать услуги как «гарантию классификации», минимизируя финансовые риски клиента и повышая его экономическую выгоду. Возможность документально обосновать применение конкретного кода ТН ВЭД позволяет трансформировать услугу из операционной функции в инструмент управления таможенными рисками, обеспечивая клиенту предсказуемость затрат и долгосрочную экономическую выгоду.

Таким образом, детальная методологическая база по идентификации легких дистиллятов служит для маркетингово-ориентированного брокера фундаментом для создания ценности, переводя его услуги из категории операционных расходов клиента в категорию стратегических инвестиций в надежность и бесперебойность внешнеэкономических операций.

Маркировка и сопроводительная документация на нефтепродукты служат важным инструментом верификации для таможенного брокера, формируя основу для минимизации рисков и создания дополнительной ценности для клиента.

В соответствии с требованиями ГОСТ 1510-2022 [38] и смежных нормативов, каждая единица транспортной тары должна содержать полный комплекс идентификационных данных. Эти сведения создают для брокера

соответствующие преимущества, такие как: информационная основа для безошибочной классификации, возможность для превентивного аудита партии, аргументированная позиция при таможенном контроле.

Так, достоверные данные маркировки позволяют предварительно определить код ТН ВЭД, исключая риски доначисления платежей и обеспечивая клиенту финансовую предсказуемость при таможенном оформлении.

Сверка данных маркировки с информацией в контракте и сертификатами позволяет выявить противоречия до подачи декларации, что минимизирует операционные риски и сохраняет клиенту временные и финансовые ресурсы.

В свою очередь, наличие полного комплекта документов, соответствующих нормам, ускоряет процесс таможенного контроля и формирует репутацию добросовестного участника ВЭД, создавая долгосрочные конкурентные преимущества для обеих сторон.

Таким образом, анализ маркировки позволяет брокеру трансформировать рутинную проверку в элемент комплексной услуги по управлению таможенными рисками.

В рамках исследования трех образцов дизельного топлива от российских производителей (ПАО «НК Роснефть», ОАО АНК «БАШНЕФТЬ», ООО «Газпром нефтехим Салават») был проведен анализ соответствия маркировки требованиям ГОСТ 1510-2022 [38]. Все образцы демонстрируют полное соответствие нормативным требованиям, включая наличие всей необходимой информации: от наименования и марки топлива до данных о производителе, даты изготовления и номеров партий (табл. 3.2).

Таблица 3.2 – Маркировка конкретных образцов дизельного топлива

Параметр маркировки	Исследуемые образцы		
	№ 1	№ 2	№ 3
Наименование нефтепродукта, его марка;	ДТ-Л-К3 (summerdiesel L-0,5-40)	ДТ-Л-К2	ДТ-Л-К2
Обозначение стандарта;	ГОСТ 305-2013	ГОСТ 305-2013	ГОСТ 305-2013
Товарный знак предприятия-изготовителя (при упаковывании нефтепродуктов на нефтебазе указывают ее наименование);	ОАО АНК «БАШНЕФТЬ»  БАШНЕФТЬ	ПАО «НК Роснефть»  НЕФТЯНАЯ КОМПАНИЯ РОСНЕФТЬ Куйбышевский НПЗ	ООО «Газпром нефтехим Салават»  ГАЗПРОМ НЕФТЕХИМ САЛАВАТ
Поставщик	Республиканская топливная компания ДНР	ООО «МОСТЭК»	АЗК «WOG-MUSTANG»
Объем цистерны, л;	10	10	5
Дату – месяц и год изготовления нефтепродукта;	10.2019	08.2019	06.2019
номер партии;	78965	24761	35674
надпись: «Огнеопасно»	присутствует	присутствует	присутствует

Для таможенного брокера такая детализированная и корректная маркировка создает значительные операционные преимущества. Она позволяет:

- минимизировать время на идентификацию товара благодаря четкому соответствию между заявленными и фактическими характеристиками;
- снизить риски при таможенном оформлении за счет однозначного определения кода ТН ВЭД на основе достоверных данных;
- укрепить доверие клиентов через демонстрацию способности работать со сложной продукцией ведущих производителей.

Следовательно, анализ маркировки и сопроводительной документации позволяет брокеру не только обеспечивать беспрепятственное прохождение таможенного контроля, но и формировать репутацию специалиста, способного гарантировать клиентам надежность и предсказуемость внешнеэкономических операций.

Таким образом, представленная методология идентификации легких дистиллятов создает основу для формирования новых маркетинговых инструментов таможенного брокера. Детальный анализ маркировки и физико-химических показателей дает возможность разрабатывать специализированные сервисы, направленные на снижение рисков для участников ВЭД, работающих с нефтепродуктами.

Использование методов экспертизы в таможенных целях расширяет возможности таможенного брокера. Разработанный методический инструментарий позволяет преобразовать сложность таможенного регулирования рынка ГСМ в устойчивое конкурентное преимущество через предложение клиентам профессиональных решений по оптимизации таможенных операций.

Практическая ценность проведенного исследования подтверждается созданием системы рекомендаций по включению анализа в маркетинговую стратегию брокера. Полученные результаты дают возможность:

- формировать специализированное предложение для участников рынка ГСМ;
- выстраивать системы управления таможенными рисками с учетом отраслевой специфики товаров;
- разрабатывать упреждающие схемы таможенного оформления сложных категорий товаров.

Специфика таможенного регулирования рынка ГСМ формирует благоприятные условия для закрепления позиции брокера как отраслевого специалиста. Необходимость применения нулевых ставок таможенных пошлин в сочетании с комплексом нетарифных мер регулирования требует от брокера углубленных познаний в сфере технического регулирования и стандартизации нефтепродуктов, экологических и радиационных норм, а также механизмов налогового администрирования.

Данный подход позволяет таможенному брокеру эволюционировать от исполнителя процедур к поставщику комплексного маркетингового решения.

Он предлагает клиенту интегрированную услугу, которая обеспечивает не только правовое сопровождение и оптимизацию издержек, но и стратегическое преимущество на внешнем рынке.

Ключевым элементом становится управление экосистемой взаимодействий: с государственными органами, иностранными контрагентами, логистическими и финансовыми партнерами. Для брокера это трансформируется в возможность формирования уникального ценностного предложения, основанного на управлении цепочкой создания стоимости клиента, что усиливает доверие и обеспечивает долгосрочную лояльность.

Предложенный механизм маркетингового продвижения товаров через таможенную границу на рынке брокеров не ограничивается техническим «проведением груза через границу», а строит маркетинговую стратегию сопровождения товара; ориентирован не только на выполнение формальностей, но и на создание конкурентного преимущества клиента на внешнем рынке; интегрирует маркетинг с таможенным посредничеством в условиях цифровизации, превращая брокера в стратегического партнера.

Механизм маркетингового продвижения товаров через таможенную границу на рынке брокеров (табл. 3.3) идентифицирован в качестве интеграционной модели стратегического сопровождения клиента, где брокер выступает посредником-оформителем и своеобразным архитектором рыночного продвижения во внешнеэкономическом пространстве.

Таблица 3.3 – Механизм маркетингового продвижения товаров через таможенную границу на рынке брокеров

Блок механизма	Цель	Инструменты	Методы	Результат
Аналитико-индикаторный блок	Обеспечить понимание внешних рынков и оптимизацию логистики	Маркетинговые исследования, статистика ВЭД, базы данных по логистике	SWOT-анализ, прогностическое моделирование, анализ барьеров и стимулов	Снижение издержек, предсказуемость сроков, выявление возможностей и рисков
Организационно-правовой блок	Минимизировать правовые и регуляторные риски клиента	Таможенное законодательство, регуляторные базы, консультации экспертов	Сопровождение документов, адаптация к квотам, тарифам, санкциям	Законность операций, сокращение ошибок при таможенном оформлении, снижение рисков
Маркетингово-коммуникационный блок	Создать имидж надежного партнера и увеличить привлекательность брокера	CRM-системы, платформы ВЭД, маркетплейсы, digital-коммуникации	PR-кампании, контент-маркетинг, персонализация предложений	Рост доверия, повышение лояльности клиентов, усиление конкурентного позиционирования
Технологический блок	Ускорить и оптимизировать трансграничные операции	Системы электронного декларирования, большие данные, цифровые сервисы логистики	Автоматизация процессов, анализ больших данных, интеграция цифровых платформ	Сокращение времени оформления, оптимизация маршрутов, повышение прозрачности операций
Ценностный блок	Создать добавленную стоимость для клиента	Пакет сервисов «под ключ», консультации, аналитические отчеты	Индивидуальное сопровождение, стратегическое планирование, формирование предложений	Увеличение конкурентоспособности клиента, долгосрочная лояльность, рост эффективности бизнеса

Таким образом, усовершенствованный механизм маркетингового продвижения товаров через таможенную границу представляет собой комплексную систему координации таможенно-логистических, правовых и маркетинговых инструментов. Он направлен на обеспечение прозрачности, скорости и конкурентоспособности внешнеэкономических операций. Его ключевой особенностью является позиционирование брокера в качестве маркетингового проводника, формирующего для клиента добавленную ценность в виде облегчения выхода на международные рынки, снижения транзакционных издержек и укрепления рыночных позиций. Реализация данного механизма способствует расширению клиентской базы предприятия за счёт формирования маркетинговой стратегии сопровождения товара на всех этапах трансграничного перемещения.

Сотрудничество с участниками ВЭД целесообразно, так как строится на принципах государственно-частного партнерства [67, с. 126]. Особенно наглядно это проявляется в условиях интеграции таможенных систем, где роль таможенного брокера как связующего звена между бизнесом и государством приобретает стратегическое значение.

Ярким примером комплексной трансформации является интеграция таможенных органов ДНР в единое правовое и информационное поле с ФТС России. Ключевым элементом этой перестройки стал переход на российскую систему управления рисками, что обусловило решение ряда взаимосвязанных задач, напрямую повлиявших на маркетинговое позиционирование таможенных брокеров:

- технологическая модернизация создала предпосылки для развития цифровых сервисов таможенного сопровождения;
- унификация нормативной базы и переподготовка кадров актуализировали потребность в высоконадежных консультационных услугах;
- формирование новой риск-ориентированной профессиональной культуры повысило требования к экспертной компетентности брокеров;

– выстраивание эффективных коммуникаций со всеми участниками ВЭД усилило значимость коммуникационной составляющей в услугах брокеров.

Этот пример демонстрирует, как эволюция таможенного контроля создает устойчивые предпосылки для трансформации маркетинговых стратегий посредников. На примере данной интеграции видно, как последовательно реализуются элементы механизма маркетингового продвижения: аналитический блок применяется для изучения новых рынков, правовой – для минимизации рисков, технологический – для внедрения цифровых решений, а маркетинговый и ценностный блоки обеспечивают коммуникацию и долгосрочное партнерство.

Таким образом, современное развитие таможенного посредничества – это целостный процесс создания потребительской ценности, требующий строгой синхронизации маркетинговых, технологических и экспертных компетенций. Такой подход позволяет трансформировать брокера из операционного исполнителя в стратегического партнера, создающего устойчивые конкурентные преимущества для клиентов в динамичной экономической среде.

3.3 Стратегия развития рынка таможенных брокеров и ее маркетинговые ориентиры

Маркетинг в сфере таможенных услуг представляется сложной организационной системой, правильное использование которой способствует повышению эффективности работы не только таможенных органов, но и других участников ВЭД [86, с. 272-273]. Таможенный маркетинг связан с деятельностью всех участников внешнеторговых отношений, что говорит о его значимости [73].

Перспективными направлениями развития рынка брокеров является рост числа инвесторов. С развитием финансовых технологий и доступностью онлайн-трейдинга, ожидается увеличение числа людей, заинтересованных в инвестировании на финансовых рынках. Это создаст спрос на брокерские услуги и способствует росту рынка.

Удобные приложение и сервис играют большую роль. Практически каждый брокер предлагает клиентам приложение для устройства на базе Android или iOS. Это удобно, особенно если у вас нет времени и желания тратить часы за торговым терминалом. Однако возможности мобильных торговых сервисов значительно различаются. Для инвестора функциональность приложения может стать определяющим фактором при выборе брокера [133, с. 91].

Внедрение новых технологий является также перспективным направлением развития брокерских услуг. Развитие технологий, таких как ИИ, блокчейн и большие данные, позволяет брокерам и компаниям разрабатывать новые инновационные продукты и улучшать качество предоставляемых услуг [37, с. 20].

Новые технологии также позволяют улучшить процессы торговли и управления рисками. Свободный обмен информацией и торговля на финансовых рынках становится все более глобальным.

Расширение международного рынка открывает новые возможности для брокеров, позволяя им предоставлять услуги инвесторам со всего мира. Рынки становятся все сложнее и непредсказуемее. Инвесторы все больше нуждаются в профессиональных консультациях и сопровождении при принятии решений по инвестированию. Брокерские компании, предлагающие консультационные услуги, могут ожидать роста спроса на свои услуги. Программные роботы становятся все более популярными среди инвесторов. Это позволяет автоматизировать процессы торговли и снижать затраты на комиссии брокера. Ожидается, что рынок роботизированной торговли будет продолжать

развиваться и привлекать больше инвесторов с целью развития маркетинга на рынке брокеров [166, с. 121].

Развитие рынка таможенных брокеров основывается на различных маркетинговых основах:

1. Для успешного развития рынка таможенных брокеров необходимо провести исследование рынка в целом, а также изучить потребности и требования клиентов. Это позволит определить сегменты рынка, на которых следует сосредоточиться, и разработать соответствующую стратегию маркетинга.

2. Для привлечения и удержания клиентов необходимо предложить им что-то уникальное и ценное. Например, это может быть широкий спектр услуг, высокий уровень экспертизы и профессионализма, быстрая и эффективная обработка таможенных процедур и т.д. Ключевая задача здесь - создать конкурентное преимущество, которое будет отличать вас от других игроков на рынке.

3. Чтобы увеличить свою клиентскую базу и проникнуть на новые рынки, необходимо расширять свою сеть контактов и партнерств. Это можно сделать путем установления партнерских отношений с логистическими компаниями, производителями, поставщиками и другими участниками логистической цепочки.

4. Для привлечения и удержания клиентов необходимо правильно использовать маркетинговые коммуникации. Это может включать в себя создание и поддержку сайта, печатных материалов, участие в выставках и конференциях, а также использование социальных медиа и других онлайн-инструментов.

5. Качество обслуживания является одним из ключевых факторов, влияющих на успех таможенного брокера. Необходимо обеспечить высокий уровень обслуживания клиентов, оперативность и точность выполнения работы, а также разработать систему обратной связи для улучшения сервиса.

б. Для успешного развития рынка таможенных брокерских услуг необходимо установить конкурентоспособные цены, которые отражают стоимость услуг и соответствуют ожиданиям клиентов. Однако, ценообразование должно быть гибким и адаптированным к конкретным потребностям и требованиям каждого клиента.

Например, ценообразование должно осуществляться с использованием понятных и простых инструментов как для таможенного брокера, так и для клиента. Цены должны быть максимально доступными и прозрачными для обеих сторон. Для этого необходимо разработать механизм, обеспечивающий удобство и доступность. Это и позиционирование на рынке, и конкурентные преимущества, и существующее влияние. Такой подход к выбору цен на предоставляемые услуги можно назвать рациональным [64, с. 73-74].

Сложившаяся в последние месяцы в мировой экономике система взаимных ограничений требует от бизнес-единиц, ведущих международную торговлю, переориентации на новые рынки, а от таможенных органов – активизации контрольных мероприятий. В широком смысле таможенный контроль стоит рассматривать как один из ключевых механизмов национальной таможенной политики, поскольку от качества контроля зависит скорость прохождения товаров через таможенную границу и интенсивность межгосударственной торговли [35, с. 251].

Перспективы развития рынка таможенных брокерских услуг связаны с несколькими факторами [70]:

1. Увеличение объемов международной торговли. С ростом глобализации и развитием интернет-торговли, объемы международных перевозок товаров постоянно увеличиваются.

2. Сложность таможенного законодательства. Таможенное законодательство разных стран сложно и требует специальных знаний и опыта для его правильного применения. Таможенные брокеры обладают такими знаниями и помогают своим клиентам справиться с таможенными операциями, минимизировать риски и избежать штрафных санкций.

3. Развитие электронной таможни. Многие страны активно переходят на электронные системы для проведения таможенных процедур. Это позволяет ускорить и автоматизировать процесс оформления, а также сделать его более прозрачным и эффективным. Таможенные брокеры играют важную роль в внедрении и использовании электронных таможенных систем.

4. Установление торговых блоков и зон свободной торговли. Все большее количество стран создают торговые блоки и зоны свободной торговли, снижая тарифы и барьеры для международной торговли [106, с. 32-33]. Это открывает новые возможности для таможенных брокеров, так как увеличивается поток товаров между странами и требуется содействие с преодолением таможенных процедур.

Перспективы развития маркетинга на рынке брокеров в таможенной сфере полностью коррелируются и синхронизируются с стратегическими планами развития таможенной службы и рынка таможенных брокеров, которые регулируются таможенными органами РФ и учитывают инновационные аспекты развития маркетинга и маркетинговой политики (рис. 3.3).

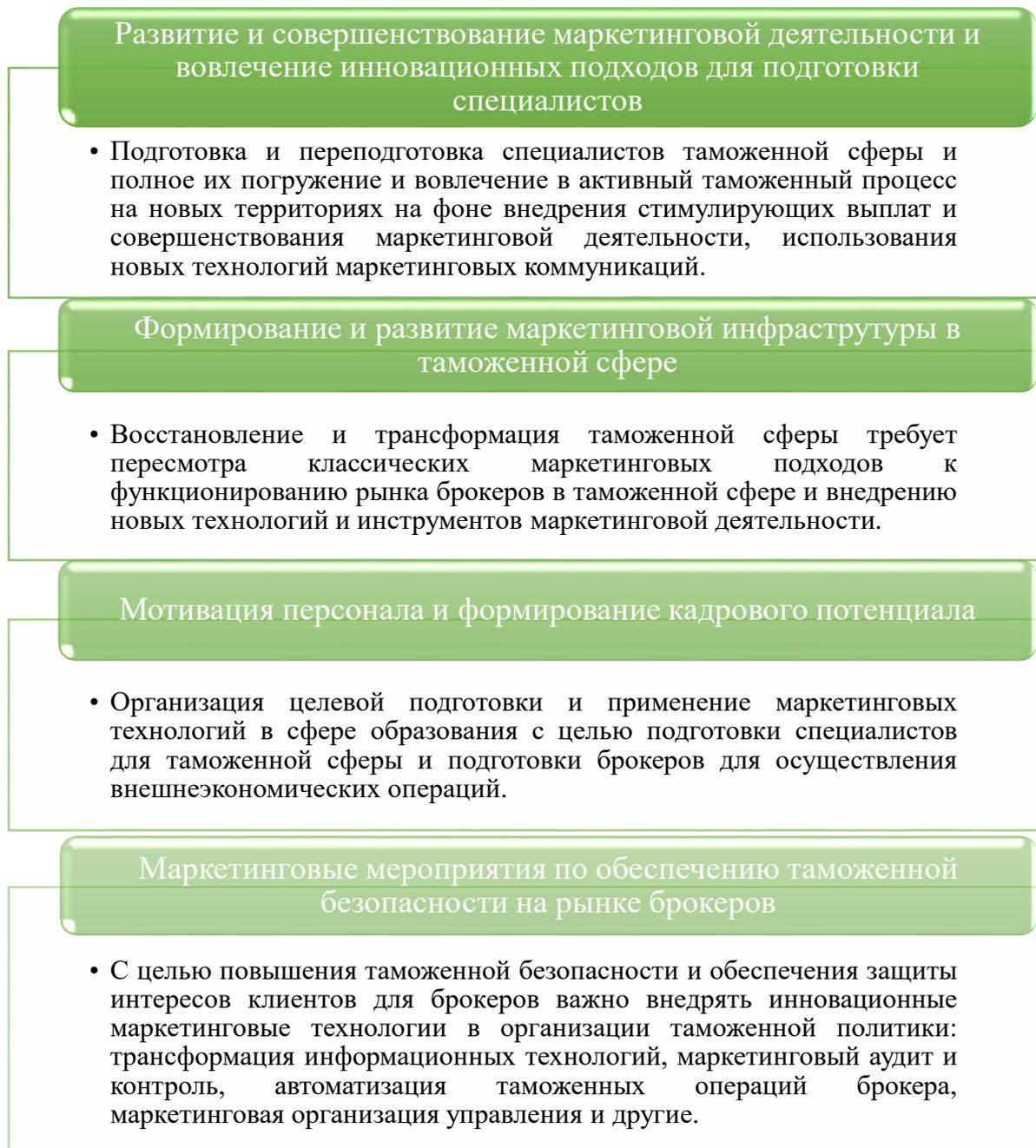


Рисунок 3.3 – Стратегические планы развития таможенной службы и рынка таможенных брокеров

Президентом и Правительством Российской Федерации поставлена амбициозная задача. Непосредственно увеличение объема перевозок по международным транспортным коридорам не менее чем в 1,5 раза по сравнению с уровнем 2021 года, достижение к 2030 году цифровой зрелости государственного управления, предоставление государственных услуг в электронной форме, повышение уровня удовлетворенности граждан качеством

работы государственных служащих, а также решение задач, направленных на укрепление кадрового потенциала и повышение имиджа ФТС России, а также на увеличение эффективности системы управления таможенными органами принятия решений [152].

Важно использовать различные каналы коммуникации, такие как интернет, социальные сети, выставки и конференции, чтобы распространять информацию о своих услугах и привлекать новых клиентов. Также важно создать положительный клиентский опыт, чтобы удерживать существующих клиентов и привлекать новых потребителей [4, с. 60-61].

Это включает в себя быстрое и качественное соблюдение таможенных формальностей, консультационную поддержку и другие услуги. Отличное качество услуг предоставляется опытными и квалифицированными сотрудниками. Поэтому важно инвестировать в обучение и сертификацию сотрудников, чтобы они были в курсе последних изменений в законодательстве и процедурах таможенного оформления.

Развитие рынка таможенных брокеров включает в себя ряд маркетинговых основ, которые помогают увеличить конкурентоспособность и привлечь клиентов. Важно изучить рынок таможенных брокерских услуг, определить потенциальных конкурентов и их предложение, чтобы разработать уникальное предложение, которое будет привлекать клиентов. Разработка уникального предложения поможет выделиться среди конкурентов и привлечь внимание потенциальных клиентов. Это может быть основано на специализации в определенном секторе или типе товаров [200].

Приоритетные направления реализации стратегии развития рынка брокеров включают в себя ряд этапов (рис. 3.4).

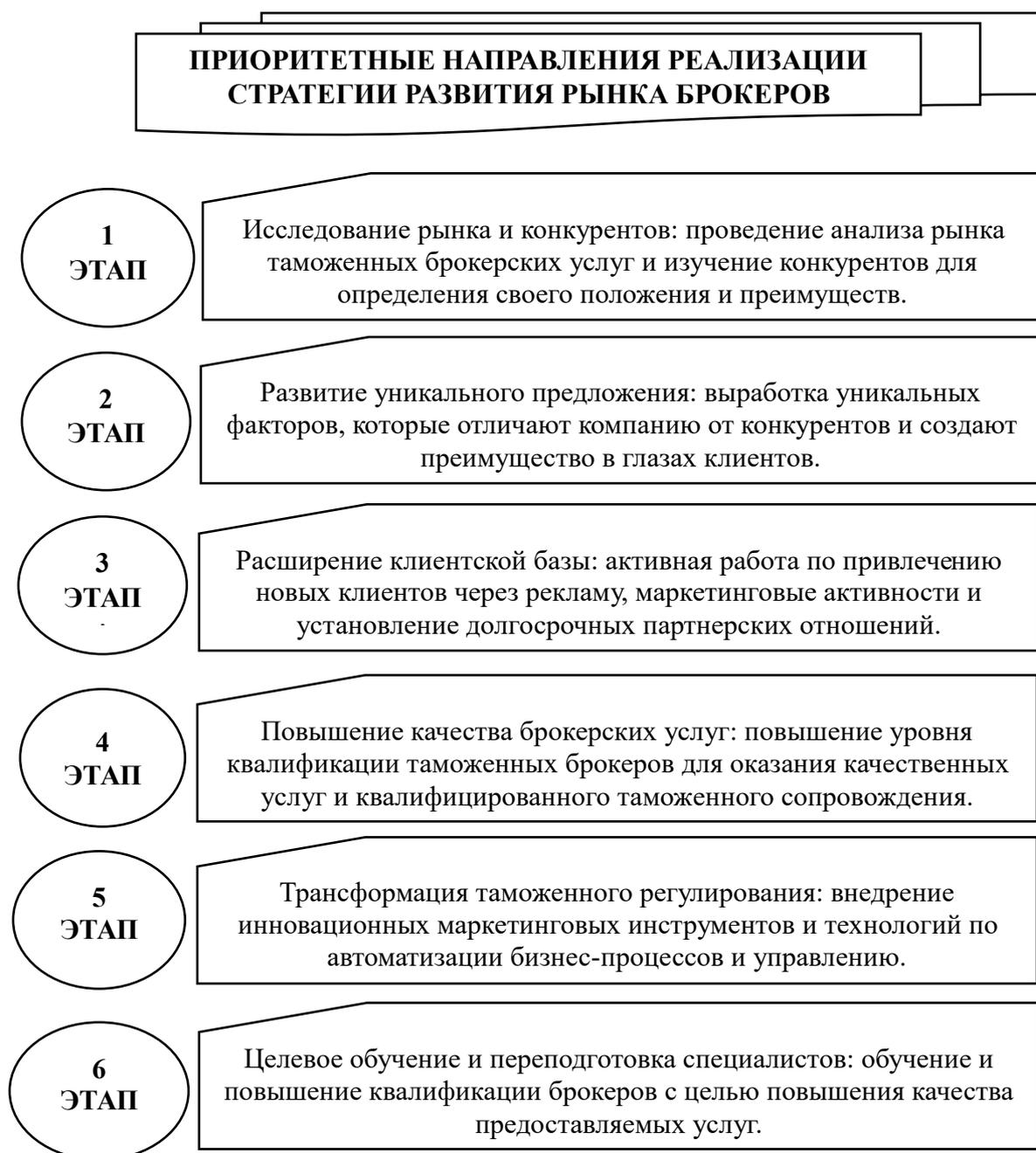


Рисунок 3.4 – Приоритетные направления реализации стратегии развития рынка брокеров

Эффективное внедрение стратегии развития рынка таможенных брокеров будет иметь место при установлении партнерств с другими компаниями или организациями, которые могут дополнить и расширить услуги таможенного брокера.

Развитие рынка таможенных брокеров предусматривает внедрение новых технологий, при этом важно отметить, что использование современных

технологий и программного обеспечения необходимо для автоматизации процессов и улучшения эффективности работы.

Сотрудничество с логистическими компаниями, транспортными агентами и другими участниками поставочной цепочки помогает увеличить область деятельности и предложить комплексные решения для клиентов. Репутация и положительные отзывы клиентов играют важную роль в привлечении новых клиентов. Предоставление высокого уровня услуг и активная работа с обратной связью клиентов помогает улучшить репутацию компании и привлечь новых клиентов. Все эти основы важны для развития рынка таможенных брокеров и могут помочь компании привлечь и удержать клиентов, стать более конкурентоспособным и успешным на рынке.

Формирование и реализацию маркетинговой политики на рынке брокеров важно проводить в соответствии с адаптационными мероприятиями и трансформационными процессами, которые осуществляются в период структурных изменений в ВЭД, в маркетинге на рынке брокеров и в таможенной сфере.

Для качественной и эффективной реализации всех стратегических задач представленной стратегии развития рынка таможенных брокеров важно сформировать дорожную карту мероприятий по оперативному и тактическому выполнению указанных этапов, сформулированных предложений и рекомендаций, которые в совокупности должны быть максимально сориентированы на достижение конечного результата, который будет полностью удовлетворять интересы всех взаимосвязанных сторон.

Уникальная стратегия развития рынка таможенных брокеров (рис. 3.5) представляет собой комплексный, интеграционный подход к формированию и расширению ценности брокерских услуг на внешнеэкономическом рынке. В ее основе лежит не только обеспечение классического посредничества в таможенном оформлении, но и стратегическое сопровождение клиентов на всех этапах трансграничных операций.



Рисунок 3.5 – Стратегия развития рынка таможенных брокеров

Уникальность стратегии развития рынка таможенных брокеров заключается в ее адекватной способности гибко адаптироваться под внешние и внутренние воздействия изменения маркетинговых процессов на рынок брокеров, что требует максимального внимания и систематического мониторинга со стороны брокеров и маркетологов.

Она объединяет три ключевых аспекта: операционное сопровождение трансграничных операций, маркетинговое продвижение и цифровую трансформацию.

Главной целью стратегии является создание добавленной стоимости для клиента и формирование конкурентного преимущества на внешнем рынке. Стратегия рассматривает брокера как архитектора рыночного продвижения, который не только обеспечивает прохождение товаров через таможенную границу, но и оптимизирует логистику, снижает издержки и минимизирует риски.

В процессе проведения маркетинговых исследований важно осуществлять мониторинг всех бизнес-процессов, которые трансформируются под влиянием законодательных, социальных, экономических, экологических, маркетинговых, инновационных, технологических инициатив.

В качестве практической реализации предложенной стратегии развития можно рассмотреть алгоритм построения маркетинговой кампании, разработанный брокерами в ответ на легализацию параллельного импорта (рис. 3.6). Данный кейс наглядно демонстрирует, как оперативная адаптация к изменениям законодательства позволяет не только решать текущие проблемы клиентов, но и формировать новые рыночные ниши, переходя от анализа нормативной базы к созданию готового продукта и его целевому продвижению.



Рисунок 3.6 – Алгоритм построения маркетинговой кампании на примере реакции брокеров на легализацию параллельного импорта

Научные результаты теоретического обоснования и разработки научно-методологических положений и ценностных практических предложений по формированию стратегии развития маркетинга на рынке брокеров имеют важный региональный аспект, так как учитывают тенденции развития региональной и отраслевой экономики новых территорий и особенности развития ВЭД ДНР.

Так, для эффективного развития маркетинга на рынке брокеров и развития таможенного маркетинга в современной среде следует активно внедрять новые техники и технологические инновации с целью организации и управления маркетинговыми процессами в сфере таможенного дела. Основное внимание должно быть сосредоточено на обеспечении максимального уровня удовлетворения потребителей и формировании положительного имиджа и репутации субъектов, занимающихся маркетинговой деятельностью в этой сфере.

Результаты исследования представляют интерес для руководителей предприятий и маркетологов, а также ученых и специалистов, исследующих вопросы развития маркетинга на рынке брокеров и таможенного маркетинга.

Проведенный анализ позволяет определить перспективные направления развития маркетинговых стратегий брокерских компаний. В среднесрочной перспективе конкурентные преимущества будут формироваться через:

- углубление международно-правового позиционирования, связанного с компетенциями в области применения соглашений о свободной торговле со странами глобального Юга.

- развитие риск-ориентированного маркетинга, предлагающего комплексные решения по аудиту цепочек поставок и управлению рисками.

- переход к экосистемной модели, при которой брокер трансформируется в провайдера интегрированных сервисов, объединяющих юридические, финансовые и логистические решения в едином цифровом пространстве.

Таким образом, устойчивость внешней торговли РФ обеспечила не только адаптация государственного регулирования, но и перестройка рынка сопутствующих услуг, где маркетинг эволюционировал в стратегический элемент бизнес-модели, влияющий на конкурентоспособность клиентов.

Растущие тонкости интенсивных торговых правил, обусловленные различными нормативными правовыми актами в сфере таможенного дела в разных странах, усилили необходимость в экспертных брокерских услугах. Таможенные брокеры служат посредниками между импортерами и органами по совершению поставок и перемещения товаров и продукции через таможенную границу, обеспечивая, чтобы поставки соответствовали всем требованиям к юридическим процессам.

Их опыт помогает предприятиям ориентироваться в тарифах, обязанностях и потенциальных задержках, тем самым сводя к минимуму риски и оптимизируют эффективность цепочки поставок. Поскольку компании стремятся расширить свой глобальный охват, зависимость от таможенных брокерских услуг становится все более выраженной, усиливая траекторию роста рынка.

Глобальный рынок таможенных брокерских и координационных услуг играет важную роль в содействии интенсивной торговле, обеспечивая беспрепятственное пересечение товаров. Этот рынок в первую очередь включает в себя услуги, предоставляемые таможенными брокерами, которые управляют очисткой товаров через таможенные барьеры, обеспечивая соответствие правилам импорта и экспорта. Таможенные брокеры выступают в качестве посредников между импортерами, экспортерами и властями по совершению управления, гарантируя, что товары соответствуют юридическим и нормативным стандартам, а также помогают в классификации товаров, оплате пошлины и налогов. Рынок тесно связан с динамикой глобальной торговли, поскольку таможенные услуги являются неотъемлемой частью эффективности цепочек поставок.

Предложенная стратегия развития рынка таможенных брокеров формирует концептуально-стратегическую парадигму, которая ориентирована на трансформацию брокера из операционного исполнителя в полноценного стратегического партнера клиента. Такой подход позволяет обеспечивать корректное прохождение таможенных операций и создавать для клиента дополнительную ценность в виде оптимизации логистики, снижения транзакционных издержек, повышения прозрачности операций и формирования устойчивого конкурентного преимущества на внешнем рынке.

Системность стратегии выражается в координации маркетинговых, технологических, организационно-правовых и аналитических инструментов, а также в интеграции брокерской деятельности в глобальные цепочки поставок с обеспечением качественно нового уровня взаимодействия, в котором брокер становится архитектором продвижения товара на международных рынках, опираясь на цифровую трансформацию, автоматизацию процессов и развитие сервисов на основе принципов клиентской ориентированности.

Следовательно, стратегия развития рынка таможенных брокеров представляет собой интеграционный механизм долгосрочного сопровождения клиента, сочетающий операционную эффективность, маркетинговое продвижение и цифровую инновационность, а ее реализация обеспечит повышение конкурентоспособности отдельных брокеров, ускорит включение национальных операторов в глобальные цепочки поставок, укрепив их рыночные позиции в условиях возрастающей международной конкуренции.

ВЫВОДЫ К РАЗДЕЛУ 3

1. Проведен комплексный анализ ключевых тенденций применения технологий ИИ для целей снижения и контроля таможенных рисков, а также выявлены системные проблемы, характерные для этого процесса. Анализ дополнен обзором актуальных исследований зарубежных научных центров и корпоративных кейсов, посвященных внедрению интеллектуальных систем в сферу таможенного администрирования. На этой основе были сформулированы приоритетные направления интеграции маркетинговых технологий, основанных на ИИ, в функционал таможенных органов. Каждое из этих направлений имеет непосредственное отношение к решению задач по минимизации рисков. Ключевое преимущество ИИ в данном контексте видится в свойстве алгоритмов машинного обучения – их способности к постоянной адаптации и совершенствованию на основе ретроспективных массивов данных. Эта особенность открывает путь к созданию в таможенной сфере динамичных, самообучающихся интеллектуальных систем управления рисками, способных эволюционировать вместе с изменяющейся средой.

2. Визуализированы особенности использования маркетинговых технологий и инноваций в маркетинге на рынке брокеров и представлены результаты научного исследования на основе оценки эффективности использования инновационных маркетинговых технологий таможенными брокерами за период 2022-2024 гг. Большинство современных решений на базе ИИ используют в качестве исходных данных публичную информацию о товарах, представленную на платформах электронной коммерции. Дальнейшее развитие этого направления и создание эффективных систем автоматизированной классификации для таможенных органов возможны при условии более активного обмена структурированными данными между площадками электронной коммерции, участниками ВЭД и государственными органами в рамках специализированных программ. Потенциал ИИ-классификации товаров также важен для бизнеса, упрощая процесс

подготовки и подачи корректных данных в таможенные службы. Ключевым технологическим преимуществом здесь выступает способность интеллектуальных алгоритмов обрабатывать и анализировать неструктурированную информацию, извлекаемую напрямую из веб-контента, что значительно расширяет эмпирическую базу для принятия решений.

3. Системной проблемой, препятствующей активному внедрению ИИ в таможенную сферу, выступает недостаточный уровень развития российского рынка цифровых решений. Данный вызов усугубляется негативными тенденциями на рынке труда, в частности, ускоренным оттоком высококвалифицированных специалистов в условиях санкционного давления на экономику страны. Для стимулирования развития данного сектора необходимы комплексные меры, предполагающие активное использование механизмов государственно-частного партнерства, в том числе с вовлечением субъектов среднего и малого предпринимательства, которые в мировой практике являются драйверами инноваций в области ИИ. Параллельно требуются целенаправленные меры поддержки отечественных стартапов, специализирующихся на цифровизации и разработках в сфере ИИ. Таким образом, исследование подтверждает необходимость ускоренного развития и внедрения специализированных интеллектуальных систем, адаптированных для решения задач управления таможенными рисками.

4. Развитие рынка таможенных брокеров включает в себя ряд маркетинговых основ, которые помогают увеличить конкурентоспособность и привлечь клиентов. Важно изучить рынок таможенных брокерских услуг, определить потенциальных конкурентов и их предложение, чтобы разработать уникальное предложение, которое будет привлекать клиентов. Разработка уникального предложения поможет выделиться среди конкурентов и привлечь внимание потенциальных клиентов. Это может быть основано на специализации в определенном секторе или типе товаров.

5. Усовершенствованный механизм маркетингового продвижения товаров через таможенную границу на рынке брокеров представляет собой

комплексную систему координации таможенно-логистических, правовых и маркетинговых инструментов, направленных на обеспечение прозрачности, скорости и конкурентоспособности внешнеэкономических операций, который отличается позиционированием брокера в качестве маркетингового проводника, формирующего для клиента добавленную ценность в виде облегчения выхода на международные рынки, снижения транзакционных издержек и укрепления рыночных позиций предприятия на рынке брокеров, формирующего маркетинговую стратегию сопровождения товара, что будет способствовать расширению имеющейся клиентской базы предприятия на рынке брокеров.

6. Предложенная стратегия развития рынка таможенных брокеров является системной координацией маркетинговых, технологических, организационно-правовых и аналитических инструментов для создания конкурентного преимущества для брокера и для его клиентов, целью которого является трансформация брокера из операционного исполнителя в стратегического партнера, способного обеспечить: ускорение процессов ВЭД, снижение транзакционных и логистических издержек, прозрачность операций, а также долгосрочное укрепление рыночных позиций клиентов, которая отличается ориентацией на маркетинговое и стратегическое сопровождение клиента, концентрацией на создании конкурентного преимущества для клиента, а не только на формальном выполнении таможенных процедур, что позволит повысить прозрачность и результативность работы таможенных брокеров и ускорит интеграцию национальных операторов в глобальные цепочки поставок.

7. Эффективное внедрение стратегии развития рынка таможенных брокерских услуг будет иметь место при установлении партнерств с другими компаниями или организациями, которые могут дополнить и расширить услуги таможенного брокера. Развитие рынка таможенных брокерских услуг предусматривает внедрение новых технологий, при этом важно отметить, что использование современных технологий и программного обеспечения

необходимо для автоматизации процессов и улучшения эффективности работы. Качество и доступность таможенных услуг положительно сказывается на эффективности таможенного контроля. Большинство оказываемых таможенных услуг выполняют обеспечительную, поддерживающую функцию по отношению к реализации ключевых задач таможенных органов, в первую очередь – таможенного контроля. Их воздействие на подконтрольную среду носит комплексный характер: они способны оказывать на неё корректирующее влияние, в ряде случаев сужая её границы, а также трансформируя её как количественные, так и качественные параметры.

Основные положения раздела опубликованы в научных работах [77, 79, 84, 86, 90, 92, 99, 103, 100, 101, 104].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Диссертационная работа раскрывает решение актуальной научной и прикладной задачи по развитию и совершенствованию маркетинга на рынке брокеров. Сформированные результаты научного исследования позволили обосновать выводы, представить четкие рекомендации теоретического характера и практического значения и полностью подтверждают достижение поставленной цели и последовательное выполнение задач диссертационной работы. Результаты научного исследования подтвердили сформированную гипотезу исследования и позволили сформулировать конкретные выводы:

1. Обоснованная концепция маркетинга на рынке брокеров представляет собой стратегическую парадигму управления рыночным позиционированием и клиентскими взаимодействиями, основанная на интеграции доверия, цифровых технологий и сервисной персонализации, трансформирующая традиционное посредничество в многоуровневую систему создания потребительской ценности. Её внедрение позволяет формировать устойчивое конкурентное преимущество через нематериальные активы (репутация, бренд доверия, клиентское сообщество) и обеспечивать баланс интересов субъектов рынка.

Разработанный подход демонстрирует, что маркетинг в брокерской сфере выходит за пределы традиционного понимания как инструмента продвижения и становится механизмом стратегического управления отношениями, включающим долгосрочную лояльность, синергию интересов и баланс экономических выгод. Авторская дефиниция маркетинга на рынке брокеров раскрывает его как управляемую систему формирования ценностно-коммуникационного пространства, где финансовые инструменты, информационные потоки и сервисные технологии функционируют в рамках единого доверительного механизма сопровождения инвестиционной активности. Следовательно, представленная концепция выступает

инновационной парадигмой маркетингового управления, способной трансформировать брокеров и брокерские услуги в многоуровневую систему создания потребительской ценности, обеспечивающую прозрачность, вовлеченность и устойчивость клиентских взаимодействий. Ее практическая значимость заключается в формировании долгосрочного партнерства, где индивидуализация сервиса становится ключом к стратегической устойчивости и росту доверия на рынке брокеров.

2. Предлагаемая модель работы брокера отражает специфику его деятельности на основе интеграции маркетинговых функций, реализация которых осуществляется с учётом принципа «единого окна», что обеспечивает комплексность и согласованность услуг, повышая их качество и клиентоориентированность. Представленная модель трансформирует стандартное таможенное оформление в целостный сервис, в котором каждый этап направлен на формирование долгосрочной ценности для клиента. Это позволяет брокеру позиционировать свои услуги не как унифицированный продукт, а как индивидуальное маркетинговое решение, ориентированное на результат. Практическая реализация данной модели обеспечивает не только повышение операционной эффективности (сокращение сроков, снижение издержек, прозрачность), но и формирование долгосрочной ценности для клиента, укрепляя позицию брокера как стратегического партнера.

3. Сформированная панель индикаторов выбора брокеров в системе рейтингов формирует многоуровневый инструмент аналитической оценки, ориентированный на комплексное сочетание финансовых, технологических, репутационных, клиентоориентированных и инновационных индикаторов. В отличие от традиционных моделей рейтингования, сосредоточенных преимущественно на финансовых показателях, данная система позволяет учесть качественные параметры взаимодействия с клиентами, степень доверия и инновационную активность брокеров, что существенно расширяет горизонты стратегического выбора. Введенная шкала оценивания и матрица позиционирования брокеров обеспечивают дифференциацию участников

рынка на основе баланса между технологическим развитием и уровнем доверия, что позволяет выделить четыре ключевые группы: «лидеров» с оптимальным сочетанием финансовой устойчивости, инноваций и доверия; «сервисных игроков», акцентирующих внимание на репутации и клиентском сопровождении; «техников без доверия», ориентированных на цифровизацию при недостатке прозрачности и клиентской вовлеченности; и «аутсайдеров», характеризующихся низкими результатами по большинству показателей. Следовательно, панель индикаторов выбора брокеров в системе рейтингов и матрица позиционирования обеспечивают инструмент стратегического управления конкурентоспособностью на рынке брокеров, создавая условия для более осознанного выбора со стороны клиентов и устойчивого развития брокерских компаний в условиях цифровой трансформации.

4. Усовершенствованный механизм маркетингового продвижения товаров через таможенную границу представляет собой интеграционную модель стратегического сопровождения клиента, в рамках которой брокер выходит за пределы традиционной функции посредника и становится архитектором рыночного продвижения во внешнеэкономическом пространстве. Его ключевой особенностью является синергия маркетинговых инструментов, правовых процедур, цифровых технологий и коммуникационных стратегий, что позволяет корректно оформлять операции и обеспечивать устойчивое конкурентное преимущество клиента на внешнем рынке. Структурирование механизма по блокам (аналитико-индикаторному, организационно-правовому, маркетингово-коммуникационному, технологическому и ценностному) обеспечивает системность подхода: от анализа и прогнозирования внешнеэкономических условий до создания добавленной стоимости и формирования долгосрочной лояльности клиентов. Следовательно, механизм маркетингового продвижения товаров через таможенную границу на рынке брокеров следует рассматривать в качестве инновационной управленческой конструкции, трансформирующую

брокерскую деятельность из технического посредничества в стратегическое партнерство.

5. Предложенная стратегия развития рынка таможенных брокеров формирует новую концептуально-стратегическую парадигму, ключевой целью которой является эволюция брокера из операционного исполнителя процедур в полноценного стратегического партнера клиента. Данный подход позволяет не только обеспечивать прохождение таможенных формальностей, но и создавать для клиента комплексную добавочную ценность, включающую оптимизацию логистики, снижение транзакционных издержек, повышение прозрачности операций и формирование устойчивого конкурентного преимущества на внешнем рынке. Системный характер стратегии проявляется в согласованной координации маркетинговых, технологических, организационно-правовых и аналитических инструментов, а также в глубокой интеграции услуг брокера в глобальные цепочки создания стоимости. В результате брокер трансформируется в координатора рыночного продвижения товара, чья деятельность базируется на цифровой трансформации, автоматизации процессов и развитии клиентоцентричных сервисов. Таким образом, стратегия представляет собой интеграционный механизм долгосрочного клиентского сопровождения, синтезирующий операционную эффективность, маркетинговое продвижение и цифровую инновационность. Ее реализация обеспечит рост конкурентоспособности брокерских компаний, ускорит встраивание национальных операторов в международные логистические системы и укрепит их позиции в условиях обостряющейся глобальной конкуренции.

СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ И УСЛОВНЫХ ОБОЗНАЧЕНИЙ

ВЭД – внешнеэкономическая деятельность

ГСМ – горюче-смазочные материалы

ДНР – Донецкая Народная Республика

ЕАЭС – Евразийский экономический союз

ИИ – искусственный интеллект

РФ – Российская Федерация

ТК ЕАЭС – Таможенный кодекс Евразийского экономического союза

ТН ВЭД – Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности

ФТС России – Федеральная таможенная служба

ЭЦП – Электронно-цифровая подпись

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абилова, С.А. Направления совершенствования института таможенного представителя в условиях функционирования Евразийского Экономического союза / С.А. Абилова, Д.Н. Афонин // Бюллетень инновационных технологий. – 2021. – Т. 5, № 4(20). – С. 11-14.
2. Агамагомедова, С.А. Соотношение понятий «таможенный контроль» и «таможенная услуга» (на примере обеспечения таможенными органами функции по защите интеллектуальной собственности / С.А. Агамагомедова // Таможенное дело. – 2013. – № 3. – С. 2–7.
3. Азарян, Е.М. Генезис маркетинга территорий / Е.М. Азарян, Д.Э. Возиянов, А.Н. Бекетов, В.А. Кадерова // Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. – 2023. – Т. 20, № 1(127). – С. 200-210. – DOI 10.21686/2413-2829-2023-1-200-210.
4. Азарян, Е.М. Региональная и отраслевая экономика: маркетинговый аспект / Е.М. Азарян // Торговля и рынок. – 2021. – № 3(59). – С. 55-63.
5. Анализ рынка брокерских услуг в России в 2018-2022 гг., прогноз на 2023-2027 гг. в условиях санкций [Электронный ресурс] // BusinesStat : коммерческое исследовательское агентство. – Режим доступа: <https://businesstat.ru/catalog/id79816/>.
6. Ангелина, И.А. К вопросу об экономической безопасности Донецкой Народной Республики / И.А. Ангелина, И.В. Попова, Е.С. Кожухова // Бухгалтерский учет, анализ, аудит и статистика: информационные инструменты достижения целей устойчивого развития экономики : материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 70-летию Учетно-экономического факультета, Ростов-на-Дону, 23 ноября 2023 года. – Ростов-на-Дону: АзовПринт, 2023. – С. 221-223.
7. Ангелина, И.А. Особенности информационного обеспечения процесса разработки управленческих решений на предприятии /

И.А. Ангелина, Е.С. Кожухова, П.С. Ювко // Современная наука: актуальные проблемы и перспективы развития : материалы и доклады Международной научно-практической конференции, Княгинино, 08–15 мая 2024 года. – Княгинино: Нижегородский государственный инженерно-экономический университет, 2024. – С. 128-130.

8. Андреева, Е.И. Искусственный интеллект и перспективы его использования при идентификации товаров в таможенных целях / Е.И. Андреева // Вестник Российской таможенной академии. – 2021. – № 1 (54). – С. 96–102.

9. Андрейчук, Е. Л. Экономика таможенного дела : учебник / Е. Л. Андрейчук, В. Ю. Дианова, В. П. Смирнов. — Санкт-Петербург : Интермедия, 2014. — 240 с. — ISBN 978-5-4383-0020-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/55354> (дата обращения: 01.12.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

10. Антошина, К.А. Социально-экономические особенности интеграции новых субъектов Российской Федерации через призму маркетинга / К.А. Антошина // IV Махмутовские чтения. Стратегическое развитие региона: проблемы и перспективы : сборник материалов международной научно-практической конференции, Уфа, 20 ноября 2024 года. – Уфа: Казенное предприятие Республики Башкортостан Издательство «Мир печати», 2024. – С. 36-39.

11. Апенько, С. Н. Маркетинг в контексте системной парадигмы / С. Н. Апенько, С. А. Мамонтов // Дискуссия. – 2011. – № 8. – С. 12-21. – EDN OWCGZF.

12. Аренков, И. А. Совместное создание ценности бренда: применение семантической оценки бренда. Данные из брокерской индустрии / И. А. Аренков, В. В. Сыропятов, Н. А. Бажанова // Восьмой международный экономический симпозиум, посвященный 300-летию Санкт-Петербургского государственного университета : Материалы международных научных конференций: XI Международная научно-практическая конференция; XXI

Международная конференция; XXX Международная научно-практическая конференция; круглый стол (к 200-летию кафедры статистики, учета и аудита СПбГУ); Международная конференция молодых ученых-экономистов, Санкт-Петербург, 11–13 апреля 2024 года. – Санкт-Петербург: ООО "Скифия-принт", 2024. – С. 722-726. – EDN NVGBKG.

13. Арутюнян, А.Ю. Таможенные перевозчики в РФ: проблемы функционирования / А.Ю. Арутюнян // Молодой ученый. – 2022. – № 22 (417). – С. 152-153.

14. Балабанова, Л.В. Логистика Донбасса: исторический опыт и перспективы / Л.В. Балабанова, А.Н. Германчук // Вестник Института экономических исследований. – 2019. – № 1(13). – С. 59-66.

15. Балабанова, Л.В. Логистическая инфраструктура в системе маркетинга территорий / Л.В. Балабанова, А.Н. Германчук // Экономика строительства и городского хозяйства. – 2018. – Т. 14, № 3. – С. 187-194.

16. Баландина, Г.В. Система анализа рисков в области таможенного дела / Г.В. Баландина. – М.: РАНХ и ГС, 2017. – 61 с.

17. Балашова, Р.И. Деятельность в сфере таможенного дела: инновационные услуги и перспективы Донецкого региона / Н.И. Осипенко, Р.И. Балашова, А.А. Богоянец, И.К. Кацель // Первый экономический журнал. – 2023. – № 11(341). – С. 106-111. – DOI 10.58551/20728115_2023_11_106.

18. Балашова, Р.И. Таможенные процедуры и государственные услуги как фактор развития экономического потенциала ЕАЭС / Р.И. Балашова, А.А. Богоянец // Донецкие чтения 2023: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности : материалы VIII Международной научной конференции, Донецк, 25–27 октября 2023 года. – Донецк: Донецкий государственный университет, 2023. – С. 305-307.

19. Белозерова, С.В. Проблемы определения эффективности таможенного дела / С.В. Белозерова, И.И. Белозеров // Сб. науч. тр. СевКавГТУ. Сер. Экономика, 2012. – № 7. – С. 9.

20. Бессарабов, В.О. О развитии цифрового маркетинга в Донецкой Народной Республике / Е. М. Азарян, В. О. Бессарабов, А. А. Бессарабова // Информационное пространство Донбасса: проблемы и перспективы : сборник материалов VII Международной научно-практической конференции, Донецк, 18 октября 2024 года. – Донецк: ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2024. – С. 56-60.

21. Бессарабов, В.О. Об особенностях исследования современных методов обеспечения экономической безопасности предпринимательской деятельности и интегральной оценки ее уровня / В.О. Бессарабов, А.А. Бессарабова, М.К. Скороварова // Вестник Прикамского социального института. – 2024. – № 1(97). – С. 88-95.

22. Бойкова, М.В. Развитие таможенного администрирования на основе концепции маркетинга / М.В. Бойкова // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. – 2015. – № 3. – С. 44-49.

23. Большой экономический словарь [Электронный ресурс] : более 20000 терминов и определений / авт. и сост. А. Б. Борисов. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Книжный мир, сор. 2010.

24. Бондаренко, В.С. Перспективы развития законодательной базы, обеспечивающей публичный и частный интерес в области таможенного предпринимательского посредничества / В.С. Бондаренко // Молодой ученый. – 2020. – № 30 (320). – С. 172-176.

25. Бородулина, С. А. Анализ формирования затрат на бизнес-процессы таможенного брокера / С. А. Бородулина // Формирование транспортно-логистической инфраструктуры. Приграничное сотрудничество России и Казахстана : материалы 2-ой Международной научно-практической конференции, Омск, 29 ноября 2007 года. – Омск: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего

профессионального образования "Сибирская государственная автомобильно-дорожная академия (СибАДИ)", 2007. – С. 65-69. – EDN VOAQXP.

26. Брокер [Электронный ресурс] // Википедия : свободная энциклопедия. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Брокер>.

27. Бурмистров, А.Н. Модернизация комплекса маркетинга розничных компаний в цифровой экономике: от модели 4Р к модели 5С / А.Н. Бурмистров, Е.Ф. Меликова // Практический маркетинг. – 2021. – № 4(290). – С. 3-9. – DOI 10.24412/2071-3762-2021-4290-3-9.

28. Вергуш, К. В. Генезис института таможенного представителя в современной России (1993-2010 годы) / К. В. Вергуш // Власть Закона. – 2016. – № 1(25). – С. 162-170.

29. Вилкова, С.А. Научно-практические основы экспертизы потребительских товаров : монография / С.А. Вилкова. – Энгельс : РИИЦ ПКИ, 2003. – 263 с.

30. Власова, Н. Ю. Социально-экономическая система территории как основа маркетингового потенциала территории / Н. Ю. Власова, Е. С. Куликова, Г. С. Тимохина // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2017. – № 11(105). – С. 20. – EDN YWPQMV.

31. Возиянова, Н.Ю. Усовершенствование маркетинга территорий как фактора социально-экономического развития города / Н.Ю. Возиянова, Н.Н. Лоза // Торговля и рынок. – 2021. – № 4-2(60). – С. 6-19.

32. Возиянова, Н.Ю. Цифровой контент-маркетинг в создании ценности бренда / Н.Ю. Возиянова, А.Н. Германчук, Е.А. Возиянова // Экономика и маркетинг в XXI веке: проблемы, опыт, перспективы : сборник материалов XIX всероссийской научно-практической конференции, Донецк, 23 ноября 2023 года. – Донецк: Донецкий национальный технический университет, 2023. – С. 195-200.

33. Войтов, С.В. Эволюция таможенно-тарифного регулирования в контексте развития мировой цивилизации / С.В. Войтов // Вестник КНТЭУ. – 2013. – №2. – С. 70-84.

34. Гаджиев, Н.Г. Развитие маркетинга во внешнеэкономической деятельности / Н.Г. Гаджиев // Экономика. Информатика. – 2022. – Т. 49. – №. 1. – С. 79-91.

35. Гашимов, М.И. Проблемы и перспективы развития системы таможенного контроля после выпуска товаров / М.И. Гашимов // Молодой ученый. – 2022. – № 15 (410). – С. 251-253.

36. Германчук, А.Н. Информационные технологии в формировании конкурентных преимуществ предприятия / А.Н. Германчук, А.С. Асатова // Маркетинг-дайджест : сборник тезисов научных докладов. Республиканская научно-практическая интернет-конференция преподавателей, аспирантов, студентов и школьников, Донецк, 31 октября 2024 года. – Донецк: Донецкий национальный университет экономики и торговли им. М. Туган-Барановского, 2024. – С. 98-101.

37. Германчук, А.Н. Искусственный интеллект в маркетинге: новые возможности и вызовы цифровой трансформации / А.Н. Германчук, Н.О. Мизяева // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. – 2024. – № 4. – С. 15-22. – DOI 10.5281/zenodo.14554098.

38. ГОСТ 1510-2022. Нефть и нефтепродукты. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение [Текст]. – Введ. 01.01.2023. – М.: ФГБУ «РСТ», 2022. – 72 с.

39. ГОСТ 18321-73. Статистический контроль качества. Методы случайного отбора выборок штучной продукции (с Изменением 1) [Электронный ресурс]. – Режим доступа открытый: <http://docs.cntd.ru/document/1200012873/>

40. ГОСТ 32091-2013. Посуда керамическая. Метод определения термостойкости [Текст]. – Введ. 01.07.2013. – М. : Стандартиформ, 2019. – 4 с.

41. ГОСТ 32093-2013. Посуда керамическая каменная. Технические условия [Текст]. – Введ. 01.07.2014. – М. : Стандартиформ, 2015. – 8 с.

42. ГОСТ Р 51901.7-2017/ISO/TR 31004:2013. Менеджмент риска. Руководство по внедрению ИСО 31000 (Переиздание). – Введ. 01.12.2018. – М.: Стандартиформ, 2020. – 44 с.

43. ГОСТ Р 52946-2008 Нефтепродукты. Определение детонационных характеристик моторных и авиационных топлив. Моторный метод [Электронный ресурс]. – Режим доступа открытый: <https://internet-law.ru/gosts/gost/47575/>

44. ГОСТ Р 52947-2008 Нефтепродукты. Определение детонационных характеристик моторных топлив. Исследовательский метод [Электронный ресурс]. – Режим доступа открытый: <https://internet-law.ru/gosts/gost/47579/>

45. ГОСТ Р 54394-2011. Посуда из костяного фарфора. Технические условия [Текст]. – Введ. 01.01.2013. – М. : Стандартиформ, 2012. – 12 с.

46. ГОСТ Р 54398-2011. Посуда керамическая. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение (Редакция от 01.10.2019) [Текст]. – Введ. 01.01.2013. – М. : Стандартиформ, 2019. – 8 с.

47. ГОСТ Р 54575-2011. Посуда фарфоровая. Технические условия [Текст]. – Введ. 01.01.2013. – М. : Стандартиформ, 2012. – 13 с.

48. ГОСТ Р 54868-2011. Посуда керамическая. Термины и определения [Текст]. – Введ. 01.01.2013. – М. : Стандартиформ, 2011. – 13 с.

49. ГОСТ Р 59277-2020. Системы искусственного интеллекта: классификация систем искусственного интеллекта. – М.: Стандартиформ, 2021. – 12 с.

50. Греков, И.В. Внедрение возможностей искусственного интеллекта в область таможенных услуг и таможенного контроля товаров, пересылаемых в международных почтовых отправлениях / И.В. Греков, П.Н. Афонин // Трансформация предпринимательской деятельности: новые технологии, эффективность, перспективы: материалы VIII Международного научного конгресса, Москва, 22–23 мая 2020 г. / Финансовый университет при Правительстве РФ. М.: Дашков и К°, 2020. – С. 105-113.

51. Гречкина, О. В. Государственные таможенные услуги: понятие, базовые характеристики, виды / О. В. Гречкина, С. А. Агамагомедова // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2016. – № 3(39). – С. 17-30.

52. Григорьев, Е.С. Международное сотрудничество в сфере таможенного дела: современный аспект / Е.С. Григорьев // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2021. – № 3-1(73). – С. 154-156.

53. Давидчук, Н.Н. Цифровизация экономики: смена парадигмы маркетингового инструментария / Н.Н. Давидчук, Е.В. Биба // Вести Автомобильно-дорожного института. – 2021. – № 4(39). – С. 60-65.

54. Демин, А. А. Государственная служба в Российской Федерации : Учебник для магистров / А. А. Демин. – 8-е изд., пер. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2013. – 425 с. – (Бакалавр. Академический курс).

55. Денисова, Н.А. Международный опыт развития института таможенного представителя / Н.А. Денисова, А.А. Кононов / Бюллетень инновационных технологий. – 2020. – Т.4. – № 1 (13). – С. 21-29.

56. Денисова, Н.А. Роль и перспективы развития института таможенного представителя в современной таможенной системе Российской Федерации / Н.А. Денисова // Ученые записки Санкт-Петербургского имени В.Б. Бобкова филиала Российской таможенной академии. – 2020. – № 1(73). – С. 18-22.

57. Динамика российского рынка таможенных брокеров [Электронный ресурс] // РБК : информационное агентство. – 2023. – 28 марта. – Режим доступа: <https://marketing.rbc.ru/articles/15999/>.

58. Договор между Донецкой Народной Республикой и Луганской Народной Республикой о создании единой таможенной территории и развитии экономической интеграции от 15.09.2021 [Электронный ресурс] // Государственная информационная система нормативных правовых актов Донецкой Народной Республики. – Режим доступа: <http://gisnpa-dnr.ru/npa/1226-20210915/>.

59. Донецкая таможня. Южное таможенное управление [Электронный ресурс]. – Режим доступа открытый: <https://yutu.customs.gov.ru/folder/361525/>

60. Евстигнеева, Е.Е. Особенности вывода и продвижения инновационного продукта на рынок / Е.Е. Евстигнеева, Ю.В. Махрова // Молодой ученый. – 2018. – № 52 (238). – С. 108-110.

61. Егорецкая, О. В. Совершенствование направлений маркетинга таможенных услуг / О. В. Егорецкая, В. В. Филатов // Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития (Вектор-2022) : сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием, Москва, 25 мая 2022 года. Том Часть 1. – Москва: Дневник науки, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)", 2022. – С. 256-261.

62. Егорушкина, Т.Н. Значение риск-менеджмента в управлении рисками на предприятии / Т.Н. Егорушкина, Д.Д. Ковляметов // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 17. – С. 435-439.

63. Ефремова, Т. Ф. Новый словарь русского языка : Толково-словообразовательный : Свыше 136 000 словарных статей : Около 250 000 семантических единиц. Т. 1. А – О / Т. Ф. Ефремова. – Москва : Русский язык, 2000. – 1210 с.

64. Звягинцев, В.Б. Разработка маркетинговой стратегии предприятия и контроль над ее реализацией / В.Б. Звягинцев // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2005. – № 1. – С. 72-81.

65. Звягинцева, Н. А. Российский рынок ценных бумаг: вопросы совершенствования конкурентных отношений в сфере брокерской деятельности / Н. А. Звягинцева, К. С. Кочишвили // Baikal Research Journal. – 2022. – Т. 13, № 1.

66. Итоговый доклад о результатах и основных направлениях деятельности Федеральной таможенной службы – 2024 год [Электронный

ресурс] // Федеральная таможенная служба. – Режим доступа: <https://customs.gov.ru/activity/results/itogovye-doklady-o-rezul-tatax-deyatelnosti>

67. Каменева, Н.В. Предпосылки формирования эффективной системы селективного таможенного контроля в цифровую эпоху / Н.В. Каменева // Новое в экономической кибернетике. Инноватика и проблемы инновационного развития. – 2021. – № 3. – С. 119-127.

68. Каранец, С. М. Сущность и классификация современных услуг в сфере таможенного дела / С. М. Каранец // Бюллетень инновационных технологий. – 2022. – Т. 6, № 4(24). – С. 9-13.

69. Кащенко, Е.Г. Товароведение и экспертиза керамических товаров : учебное пособие / Е. Г. Кащенко. – Оренбург : Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2017. – 246 с.

70. Кислова, Ю. Оценка емкости и прогноз развития рынка услуг таможенного брокера в России до 2028 г. / Ю. Кислова // LOGISTICS. – 2019. - № 9. – С. 10-13.

71. Климова, А.Н. Основные подходы к исследованию понятий «Экономическая безопасность» и «Экономическая безопасность государства» / А.Н. Климова // Социально-экономические явления и процессы. – 2014. – Т. 9. – № 8. – С. 54–60.

72. Кобзарь-Фролова, М. Н. Обеспечение безопасности в сфере таможенного дела / М. Н. Кобзарь-Фролова, В. А. Фролов // Пятый Пермский конгресс ученых-юристов : Избранные материалы, Пермь, 24–25 октября 2014 года. – Пермь: ООО «Издательство «СТАТУТ», 2015. – С. 83-84.

73. Ковальчук, О.В. Проблемы и перспективы развития системы таможенных услуг в Российской Федерации / О.В. Ковальчук // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – №6. – 619 с.

74. Коварда, В. В. Исследование влияния деятельности таможенных органов на формирование благоприятного предпринимательского климата в России / В. В. Коварда, В. Н. Харланова, Ю. И. Реутова // Вестник евразийской науки. – 2019. – Т. 11, № 2. – С. 30.

75. Козлов, В. С. Концепция маркетинга на рынке брокерских услуг в таможенной сфере / В. С. Козлов // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2024. – Т. 14, № 3-1. – С. 587-594.

76. Козлов, В. С. Управление рисками при проведении таможенного контроля товаров / В. С. Козлов // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. – 2019. – № 8. – С. 292-296.

77. Козлов, В.С. Анализ маркировочных данных дизельного топлива, реализуемого на рынке Донецкой Народной Республики / В.С. Козлов // Товароведение и квалиметрия: реалии и перспективы : матер. Междунар. инт.-конф. студентов, аспирантов и молодых ученых (Донецк, 25-26 ноября 2021 г.). – Донецк: ГО ВПО ДонНУЭТ, 2021. – С. 80-82.

78. Козлов, В.С. Выбор показателей идентификации горюче-смазочных материалов для их классификации в таможенных целях / Н.И. Осипенко, В.С. Козлов // Товароведение и инновации : сб. науч. труд. г. Донецк (ГО ВПО ДонНУЭТ). – 2021. – Вып. 17(22). – С. 38-48.

79. Козлов, В.С. Выбор показателей идентификации легких дистиллятов для их классификации в таможенных целях / Н.И. Осипенко, В.С. Козлов // Таможенное дело и экспертная деятельность: современное состояние и перспективы : матер. Республ. научн.-практ. инт.-конф. молодых ученых, аспирантов и студентов (Донецк, 19 марта 2020 г.). – Донецк: ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2020. – С. 108-109.

80. Козлов, В.С. Зарубежный опыт таможенно-тарифного регулирования и перспективы его применения в Донецкой Народной Республике / В.С. Козлов // Налоговая система в условиях современных трансформаций : матер. XVIII-й Междунар. научн.-практ. инт.-конф. (Донецк, 23 ноября 2018 г.). – Донецк: ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2018. – С. 198-201.

81. Козлов, В.С. Инновационные аспекты развития маркетинга на рынке брокерских услуг / В.С. Козлов // Инновационное развитие: ключевые проблемы и направления их решения : сб. ст. Междунар. научн.-практ. конф. (Калуга, 1 августа 2023 г.). – Уфа: Аэтерна, 2023. – С. 73-75.

82. Козлов, В.С. Инновационные технологии в системе продвижения на рынке брокерских услуг / В.С. Козлов // Торговля и рынок. – 2022. – Вып. №3'(63), том 2, часть 2. – С. 65-71.

83. Козлов, В.С. Использование современных информационных технологий в работе таможенных органов / В.С. Козлов // Информационное пространство Донбасса: проблемы и перспективы : матер. I Респ. с междунар. участ. науч.-практ. конф. (Донецк, 25 октября 2018 г.) / Гос. орг. высш. проф. образования «Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского» [коллектив авт. ; редкол.: Дрожжина С. В. и др.]. – Донецк: ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2018. – С. 53-55.

84. Козлов, В.С. Концепция маркетинга на рынке брокеров и приоритеты стратегии развития рынка таможенных брокеров / В.С. Козлов // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2024. – № 1. – Т. 6(142). – С. 162–169. – DOI 10.36871/ek.up.p.r.2024.01.06.020.

85. Козлов, В.С. Маркетинг на рынке брокерских услуг: цифровой аспект / В.С. Козлов // Развитие интеллектуального потенциала и научное сотрудничество в эпоху изменений: сборник статей Международной научно-практической конференции (10 июня 2024 г., г. Магнитогорск). – Уфа: Аэтерна, 2024. – С. 97-99.

86. Козлов, В.С. Маркетинговые основы развития рынка таможенных брокерских услуг / В.С. Козлов // Индустриальная экономика. – 2022. – № 2, том 3. – С. 271-275.

87. Козлов, В.С. Меры таможенно-тарифного регулирования в рамках единого экономического пространства и их правовое обеспечение / В.С. Козлов // Современная торговля: теория, практика, инновации : матер. X

Всерос. (с междунар. участ.) научн.-практ. конф. (Пермь, 24 октября – 1 ноября 2022 г.) / Под ред. Е. В. Гордеевой. – Пермь: Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2022. – С. 98-103.

88. Козлов, В.С. Некоторые аспекты таможенной безопасности в контексте экономической безопасности государства / Н.В. Каменева, В.С. Козлов // Таможенные чтения – 2018. Образование и наука на современном этапе развития ЕАЭС: сб. матер. Всерос. научн.-практ. конф. с междунар. участ.. В 2-х тт. том I / Под общ. ред. профессора С.Н. Гамидуллаева. – СПб.: Санкт-Петербургский имени В.Б. Бобкова филиал РТА, 2018. – С. 97-101.

89. Козлов, В.С. О необходимости применения предварительного информирования при перемещении товаров и транспортных средств через таможенную границу Донецкой Народной Республики / В.С. Козлов // Приоритетные векторы развития промышленности и сельского хозяйства : материалы IV Международной научно-практической конференции, 15 апреля 2021 г., Макеевка : в 7 т. / ГОУ ВПО «Донбасская аграрная академия». – Макеевка : ДОНАГРА, 2021. – С. 188-191.

90. Козлов, В.С. О необходимости совершенствования перемещения через таможенную границу Донецкой Народной Республики горюче-смазочных материалов / Н.И. Осипенко, В.С. Козлов // Экспертная деятельность в таможенном деле: современное состояние и перспективы : матер. Республ. научн.-практ. конф. молодых ученых, аспирантов и студентов (Донецк, 20 марта 2019 г.). – Донецк: ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2019. – С. 29-30.

91. Козлов, В.С. Обеспечение таможенной безопасности как критерий оценки эффективности таможенных органов / В.С. Козлов // Экспертная деятельность в таможенном деле: современное состояние и перспективы : матер. Республ. научн.-практ. конф. молодых учёных, аспирантов и студентов (Донецк, 21 марта 2018 г.). – Донецк: ГО ВПО «Донецкий национальный

университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2018 – С. 50-51.

92. Козлов, В.С. Особенности классификации горюче-смазочных материалов по товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности / Н.И. Осипенко, В.С. Козлов // Экономика и общество. Интеграция и патриотизм : сб. матер. научн. конф. Брянского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова, (Брянск, 18-20 мая 2021 г.). – Брянск: Брянский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова. – 2022. – С. 85-90.

93. Козлов, В.С. Особенности постановки внешнеторговых контрактов на учет для целей валютного контроля / В.С. Козлов // Таможенное дело и экспертная деятельность: современное состояние и перспективы : материалы IV Республиканской с международным участием научно-практической интернет-конференции молодых ученых, аспирантов и студентов. Донецк, 2023. – С. 17-22.

94. Козлов, В.С. Оценка рынка брокерских услуг на основе современных технологий маркетинговых исследований / В.С. Козлов // Экономика и управление: проблемы и решения. – 2023. – № 11. – Т. 5. – С. 144–150.

95. Козлов, В.С. Панель индикаторов выбора брокеров в системе рейтингов на рынке брокерских услуг / Н.И. Осипенко, В.С. Козлов // Экономика и управление: проблемы и решения. – 2023. – № 10. – Т. 7. – С. 109–115.

96. Козлов, В.С. Перспективы внедрения электронного декларирования товаров и транспортных средств, перемещаемых через таможенную границу Донецкой Народной Республики / В.С. Козлов // Налоговая система в условиях современных трансформаций : матер. XX Междунар. научн.-практ. конф. (Донецк, 24 ноября 2020 г.). – Донецк: ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2020. – С. 339-343.

97. Козлов, В.С. Понятие и условия обеспечения таможенной безопасности / Н.В. Каменева, В.С. Козлов // Сборник научных работ серии «Финансы, учёт, аудит». – Донецк : ДОНАУИГС, 2021. – Вып. 24. – С. 84-92.

98. Козлов, В.С. Порядок принятия экзамена у претендента на получение квалификационного удостоверения представителя таможенного брокера / В.С. Козлов // Актуальные проблемы и перспективы трудоустройства выпускников образовательных организаций высшего и среднего профессионального образования: сб. матер. XV Междунар. научн.– практ. конф. (Донецк, 25 ноября 2021 г.). – Донецк: ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2021. – С. 92-95.

99. Козлов, В.С. Совершенствование перемещения товаров через таможенную границу / Н.В. Каменева, В.С. Козлов // Сборник научных работ серии «Финансы, учёт, аудит». – Донецк: ДОНАУИГС, 2022. – Вып. 27. – С. 119-128.

100. Козлов, В.С. Стратегия маркетинга на рынке брокерских услуг в условиях трансформации таможенной сферы / В.С. Козлов // Экономика строительства. – 2024. – №3. – С. 39-42.

101. Козлов, В.С. Таможенное регулирование ввоза горюче-смазочных материалов в Донецкую Народную Республику / В.С. Козлов // Инновационные направления интеграции науки, образования и производства : сб. тезис. доклад. участн. I Междунар. научн.-практ. конф. (Керчь, 14-17 мая 2020 г.). – Керчь: ФГБОУ ВО «КГМТУ», 2020. – С. 763-766.

102. Козлов, В.С. Теоретические подходы к формированию критериев и системы показателей оценки деятельности таможенных органов / В.С. Козлов // Приоритетные векторы развития промышленности и сельского хозяйства: матер. II Междун. научн.-практ. конф. (Макеевка, 11 апреля 2019 г.). – Макеевка: ГОУ ВПО Донбасская аграрная академия, 2019. – С. 66-70.

103. Козлов, В.С. Технологии искусственного интеллекта в системах управления таможенными рисками / Н.В. Каменева, В.С. Козлов, Ю.В.

Котыляк, И.К. Кацель, Т.А. Пешко // Экономика строительства. – 2023. – № 10. – С. 141-144.

104. Козлов, В.С. Экологические проблемы потребления горюче-смазочных материалов / В.С. Козлов // Современные проблемы гуманитарных, естественных и технических наук : матер. VI Республ. научн.-практ. инт.-конф. преподавателей, молодых ученых, аспирантов и студентов (Донецк, 28-29 октября 2020 г.). – Донецк: ГО ВПО ДонНУЭТ, 2020. – Вып. 6. – С. 109-111.

105. Колчева, Д.В. Таможенный маркетинг как фактор развития таможенных услуг / Д.В. Колчева // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2024. – № 1 (104). – С. 214-223.

106. Колчева, Д.В. Теоретические основы таможенного маркетинга в контексте его развития и функционирования / Д.В. Колчева, О.Л. Некрасова // Вестник Сургутского государственного университета. – 2024. – Т. 12, № 1. – С. 27–36. – DOI 10.35266/2949-3455-2024-1-3.

107. Комарницкая, Е. В. Контент-маркетинг как инструмент управления доверием клиентов на рынке брокерских услуг / Е. В. Комарницкая // Первый экономический журнал. – 2025. – № 3(357). – С. 142-147. – DOI 10.58551/20728115_2025_3_142.

108. Концепция внешней политики Российской Федерации, утв. Президентом Российской Федерации В.В. Путиным, 12 февраля 2013 г. Официальный сайт МИД РФ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа открытый: <http://www.mid.ru/>

109. Костин, К.Б. Влияние цифровой экономики на выбор международной маркетинговой стратегии / К.Б. Костин, Ю.В. Малевич, И.В. Андреев // Экономика, предпринимательство и право. – 2024. – Т. 14, № 2. – С. 207-228.

110. Красова, Е.В. Роль и проблемы института таможенных представителей в развитии внешнеэкономической деятельности / Е.В. Красова, В.М. Останина // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. – 2021. – № 2. – С. 108–118.

111. Кремер, К. И. Применение модели 7P для разработки комплекса маркетинга социальных услуг / К. И. Кремер // Актуальные вопросы экономики, менеджмента и финансов в современных условиях : сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 11 января 2017 года. Том Выпуск IV. – Санкт-Петербург: Инновационный центр развития образования и науки, 2017. – С. 143-145.

112. Крылова, Л. В. Переход к инновационному маркетингу в современном контексте / Л. В. Крылова // Инновации и инвестиции. – 2024. – № 9. – С. 29-31. – EDN KAZNPY.

113. Кто такой брокер и чем он занимается? [Электронный ресурс] // Bankiros.ru : финансовый онлайн-справочник. – Режим доступа: <https://bankiros.ru/wiki/term/kto-takoj-broker-i-chem-on-zanimaetsya/>.

114. Кудина, М. В. Маркетинг в системе хозяйственных отношений современной капиталистической фирмы : специальность 08.00.01 "Экономическая теория" : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Кудина Марианна Валерьевна. – Москва, 1992. – 21 с. – EDN ZKZWHP.

115. Кудрявцев, О.Е. Оптимизация процесса декларирования товаров с применением перспективных технологий / О.Е. Кудрявцев, В.А. Сеничев, А.В. Швецов // Перспективы развития таможенных администраций в условиях углубления евразийской интеграции: сборник материалов XII Международной научно-практической конференции, 22–23 октября 2020 г. М.: РИО Российской таможенной академии, 2020. – С. 51–57.

116. Кузнецов, В. П. Маркетинговая стратегия на предприятии / В. П. Кузнецов, Н. А. Бакулина // Наука, новые технологии и инновации Кыргызстана. – 2021. – № 8. – С. 14-16. – EDN HSHUGS.

117. Лазовская, Т. Г. Информационно-аналитическая система поддержки принятия управленческих решений на предприятии, реализующая обратную связь в рамках цикла менеджмента / Т. Г. Лазовская, А. В. Силаков

// Информационные технологии моделирования и управления. – 2024. – Т. 138, № 4. – С. 250-258.

118. Лепа, Р. Н. Маркетинг на рынке детских товаров: цифровизация, инновации, брендинг / Р. Н. Лепа // Торговля и рынок. – 2022. – Т. 1, № 4(64). – С. 145-150.

119. Лепа, Р.Н. Совершенствование системы управления развитием промышленности Донецкой Народной Республики / Р.Н. Лепа, Р.Ю. Заглада, Н.В. Белоброва // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2024. – Т. 20, № 12(441). – С. 2319-2339.

120. Лифиц, И.М. Исследование непродовольственных товаров : учебное пособие / И. М. Лифиц, Е. Д. Леженин, А. И. Меркулова и др. – 2-е изд. перераб. – М. : Экономика, 1988. – 342 с.

121. Лобас, Т.В. Цифровая трансформация таможенного регулятора: теория, проблемы и международный опыт их решения / Т.В. Лобас, В.В. Макрусев // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2019. – Том 9. – № 9А. – С. 65-79.

122. Логунова, Н. А. Использование маркетингового подхода при формировании стратегии развития круизного туризма / Н. А. Логунова // Практический маркетинг. – 2014. – № 4(206). – С. 30-38.

123. Лукашенко, И. И. Разработка механизма организации торговли цифровыми финансовыми активами через брокеров / И. И. Лукашенко, С. Г. Фалько // Контроллинг. – 2024. – № 2(92). – С. 72-78.

124. Лютова, В.Е. Повышение эффективности проведения таможенного контроля при перемещении товаров / В.Е. Лютова, Э.Н. Гюльяхмедова // Взаимодействие таможенных органов с иными участниками таможенных отношений: особенности и перспективы развития: сборник научных трудов по материалам XI Международной научно-практической конференции. Под редакцией С.А. Овсянникова, Н.А Мошкиной. – Саратов: Издательство: Из-во «Саратовский источник». – 2020. – С. 152-155.

125. Макрусев, В.В. Индикаторы качества таможенных услуг в центрах электронного декларирования / В.В. Макрусев, А.А. Ворона // БИТ. – 2019. – Том 3. – № 4 (12). – С. 25-31.

126. Малыгина, В. Д. Маркетинговые исследования потребительского рынка / В. Д. Малыгина, Д. А. Гросова // Потребительский рынок: проблемы качества и безопасности товаров и услуг : материалы 2-й Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Орёл, 05 декабря 2023 года. – Орёл: Орловский государственный университет им. И.С. Тургенева, 2023. – С. 83-85.

127. Малышев, Е. А. Внедрение инновационных технологий управления на рынке логистических и таможенных услуг / Е. А. Малышев, Т. С. Русаков // Экономика, экология и общество России в 21-м столетии. – 2021. – Т. 1, № 1. – С. 335-340.

128. Малышенко, Ю.В. Информационные таможенные технологии. Часть 1 [Электронный ресурс] : учебник / Ю.В. Малышенко, В.В. Федоров. – Электрон. Текстовые данные. – М. : Российская таможенная академия, 2011. – 432 с.

129. Марголин, А.М. Эффективная инвестиционная политика – залог устойчивого развития российской экономики / А.М. Марголин, Т.А. Спицына // Государственная служба. – 2021. – Т. 23, № 5(133). – С. 37-46.

130. Маркетинговое исследование рынка таможенных брокеров в России 2020-2024 гг., с прогнозом до 2029 г. [Электронный ресурс] // РБК.Research : аналитическое агентство. – Режим доступа: <https://marketing.rbc.ru/research/46869/>.

131. Мартыненко, О.В. Вопросы маркетингового управления и обоснования модели комплекса маркетинга промышленного предприятия в клиентоориентированной экономике / О.В. Мартыненко // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – 2020. – № 3(71). – С. 90-98.

132. Международная конвенция об упрощении и гармонизации таможенных процедур (заключена в г. Киото 18.05.1973) (в ред. Протокола от 26.06.1999) [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_162250/.

133. Мельникова, А. Е. Состояние и перспективы рынка брокерских услуг / А. Е. Мельникова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2022. – № 10-2(92). – С. 86-93.

134. Морозов, В. Г. Управление рисками в селективном таможенном контроле / В. Г. Морозов, В. А. Останин. – Владивосток : Владивостокский филиал государственного казенного образовательного учреждения высшего образования "Российская таможенная академия", 2013. – 150 с.

135. Немирова, Г.И. Таможенный контроль после выпуска товаров как инструмент обеспечения экономической безопасности: монография / Г.И. Немирова, С.В. Новиков. – Москва: Русайнс, 2019. – 180 с.

136. Непарко, М.В. Методология оценки деятельности таможенных органов и ее совершенствование / М.В. Непарко, В.М. Долбин // Вестник Академии знаний. – 2019. – № 35(6). – С. 216-221.

137. Непарко, М.В. Таможенно-тарифное регулирование внешней торговли в условиях санкций / М.В. Непарко, В.А. Бурин // Вестник Академии знаний. – 2022. – № 49(2). – С. 201-205.

138. Непомнящая, О.В. Инновационные аспекты брокерского обслуживания / О.В. Непомнящая, А.В. Тарасов // Труды международного симпозиума «Надежность и качество». – 2006. – Том 2. – С. 184-185.

139. О безопасности : Федеральный закон от 28.12.2010 № 390-ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_108546/.

140. О валютном регулировании и валютном контроле : Федеральный закон от 10.12.2003 № 173-ФЗ [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс :

справочно-правовая система. – Режим доступа:
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_45458/.

141. О лицензировании отдельных видов хозяйственной деятельности : Закон Донецкой Народной Республики от 27.02.2015 № 18-ИНС [Электронный ресурс] // Государственная информационная система нормативных правовых актов Донецкой Народной Республики. – Режим доступа: <https://gisnpa-dnr.ru/npa/0002-18-ihc-20150227/>.

142. О некоторых вопросах применения на единой таможенной территории единой Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза : Решение Единого экономического совета от 30.12.2021 № 31 [Электронный ресурс] // Официальный сайт Главы ДНР. – Режим доступа : <https://denis-pushilin.ru/akty-glavy-dnr/akty-edinogo-ekonomicheskogo-soveta/>.

143. О порядке представления резидентами и нерезидентами уполномоченным банкам подтверждающих документов и информации при осуществлении валютных операций, о единых формах учета и отчетности по валютным операциям, порядке и сроках их представления : Инструкция Банка России от 16.08.2017 № 181-И [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_279433/.

144. О принятии в Российскую Федерацию Донецкой Народной Республики : Федеральный конституционный закон от 04.10.2022 № 5-ФКЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.alta.ru/tamdoc/22fkz005/>.

145. О принятии Протокола о внесении изменений в Марракешское соглашение об учреждении Всемирной торговой организации : Федеральный закон от 02.03.2016 № 38-ФЗ [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_194688/.

146. О Регламенте работы Единой экономической комиссии : Решение Единого экономического совета от 30.11.2021 № 25 [Электронный ресурс] //

Официальный сайт Главы ДНР. – Режим доступа : <https://denis-pushilin.ru/akty-glavy-dnr/akty-edinogo-ekonomicheskogo-soveta/>.

147. О составе Единой экономической комиссии : Решение Единого экономического совета от 05.04.2022 № 54 [Электронный ресурс] // Официальный сайт Главы ДНР. – Режим доступа : <https://denis-pushilin.ru/akty-glavy-dnr/akty-edinogo-ekonomicheskogo-soveta/>.

148. О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года [Электронный ресурс] : Указ Президента Российской Федерации от 13.05.2017 № 208. – Режим доступа: <http://kremlin.ru/acts/bank/41921>.

149. О таможенном регулировании в Российской Федерации : Федеральный закон от 27.11.2010 № 311-ФЗ [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_107181/

150. О таможенном регулировании в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации : Федеральный закон от 03.08.2018 № 289-ФЗ [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_304093/.

151. О товарах (группах товаров), в отношении которых не могут применяться отдельные положения Гражданского кодекса Российской Федерации о защите исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности, выраженные в таких товарах, и средства индивидуализации, которыми такие товары маркированы : Постановление Правительства Российской Федерации от 29.03.2022 № 506 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.alta.ru/tamdoc/22ps0506/>

152. Об итогах работы таможенных органов Российской Федерации в 2024 году и задачах на 2025 год [Электронный ресурс] // ALTA.ru : информационно-аналитический портал. – Режим доступа: https://www.alta.ru/expert_opinion/118089/.

153. Об утверждении единой Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза и Единого таможенного тарифа Евразийского экономического союза, а также об изменении и признании утратившими силу некоторых решений Совета Евразийской экономической комиссии : Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 14.09.2021 № 80 [Электронный ресурс] // Официальный сайт Евразийской экономической комиссии. – Режим доступа: <https://docs.eaeunion.org/documents/386/6099/>.

154. Об утверждении Лицензионных условий осуществления таможенной брокерской деятельности : Приказ Министерства доходов и сборов Донецкой Народной Республики от 15.08.2017 № 88 [Электронный ресурс] // Государственная информационная система нормативных правовых актов Донецкой Народной Республики. – Режим доступа: <https://gisnpa-dnr.ru/npa/0013-88-20170815/>

155. Об утверждении Общего таможенного тарифа : Решение Единого экономического совета от 30.09.2021 № 3 [Электронный ресурс] // Официальный сайт Главы ДНР. – Режим доступа : <https://denis-pushilin.ru/akty-glavy-dnr/akty-edinogo-ekonomicheskogo-soveta/>

156. Об утверждении Перечня вопросов, которые выносятся для проведения квалификационного экзамена у представителя таможенного брокера : Приказ Министерства доходов и сборов Донецкой Народной Республики от 18.10.2017 № 183 [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерства доходов и сборов Донецкой Народной Республики. – Режим доступа: <http://mdsdnr.ru/index.php/tamozhnya/15-tamozhnya/1424-perechen-voprosov/>

157. Об утверждении Положения о Единой экономической комиссии : Решение Единого экономического совета от 30.09.2021 № 1 [Электронный ресурс] // Официальный сайт Главы ДНР. – Режим доступа : <https://denis-pushilin.ru/akty-glavy-dnr/akty-edinogo-ekonomicheskogo-soveta/>

158. Об утверждении Положения о проведении мониторинга и оценки последствий исполнения решений, направленных на реализацию целей единой таможенной территории, в сфере таможенного тарифного регулирования, а также об оценке влияния предлагаемых изменений таможенного тарифа на отрасли экономики, бюджет и социальное благополучие населения государств единой таможенной территории : Решение Единого экономического совета от 29.12.2021 № 26 [Электронный ресурс] // Официальный сайт Главы ДНР. – Режим доступа : <https://denis-pushilin.ru/akty-glavy-dnr/akty-edinogo-ekonomicheskogo-soveta/>.

159. Об утверждении Порядка применения тарифной льготы в виде освобождения от уплаты ввозной таможенной пошлины при ввозе хозяйствующими субъектами на единую таможенную территорию производственного оборудования, машин и механизмов, а также частей к ним для целей организации собственного производства : Решение Единого экономического совета от 29.12.2021 № 28 [Электронный ресурс] // Официальный сайт Главы ДНР. – Режим доступа : <https://denis-pushilin.ru/akty-glavy-dnr/akty-edinogo-ekonomicheskogo-soveta/>.

160. Об утверждении порядка применения тарифной льготы в виде снижения ставки ввозной таможенной пошлины при ввозе на единую таможенную территорию некоторых товаров : Решение Единого экономического совета от 13.10.2021 № 5 [Электронный ресурс] // Официальный сайт Главы ДНР. – Режим доступа : <https://denis-pushilin.ru/akty-glavy-dnr/akty-edinogo-ekonomicheskogo-soveta/>.

161. Об утверждении Порядка принятия квалификационного экзамена у представителя таможенного брокера и выдачи Квалификационного удостоверения представителя таможенного брокера : Приказ Министерства доходов и сборов Донецкой Народной Республики от 15.09.2017 № 144 [Электронный ресурс] // Государственная информационная система нормативных правовых актов Донецкой Народной Республики. – Режим доступа: <https://gisnra-dnr.ru/nra/0013-144-20170915/>.

162. Об утверждении Протокола о едином таможенно-тарифном регулировании : Решение Единого экономического совета от 13.10.2021 № 4 [Электронный ресурс] // Официальный сайт Главы ДНР. – Режим доступа : <https://denis-pushilin.ru/akty-glavy-dnr/akty-edinogo-ekonomicheskogo-soveta/>.

163. Общие сведения о применении таможенными органами системы управления рисками [Текст]. – Электрон. Текстовые данные // Федеральная таможенная служба – [Цит. 2024, сентябрь]. – Режим доступа: https://customs.gov.ru/uchastnikam-ved/spravochnaya-informacziya/Obshchie_svedeniya_o_primenenii_tamozhennymi_organami_sistem_y_upravleniya_riskami.

164. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова; Российская акад. наук; Ин-т рус. яз. им. В.В. Виноградова. – 4-изд., доп. – Москва: ИТИ Технологии, 2007. – 938 с.

165. Ольмезова, Н.А. Концептуализация управления продвижением товаров и позиционированием портфеля брендов / Н.Ю. Возиянова, Н.А. Ольмезова // Торговля и рынок. – 2017. – № 2(42). – С. 42-54.

166. Осипенко, Н.И. Система таможенного маркетинга / Н.И. Осипенко, Д.В. Колчева // Торговля и рынок. – 2023. – Т. 2, № 3(67). – С. 120-126.

167. Осипенко, Н.И. Теоретический базис развития таможенного маркетинга / Н.И. Осипенко, Д.В. Колчева // Торговля и рынок. – 2022. – № 2(62). – С. 133-143.

168. Отчет об исполнении основных показателей работы таможенных органов Российской Федерации за III квартал 2024 года [Электронный ресурс] // Федеральная таможенная служба (ФТС России). – 2024. – Режим доступа: <https://customs.gov.ru/activity/results/svedeniya-o-vypolnenii-osnovnyx-pokazatelej-raboty-/2024-god>

169. Официальный сайт Всемирной таможенной организации (World Customs Organization, WCO) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.wcoomd.org/>.

170. Официальный сайт Министерства промышленности и торговли Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mpt.gov-dpr.ru/>.

171. Официальный сайт Министерства финансов Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://minfindnr.ru/>.

172. Официальный сайт Министерства цифрового развития, государственного управления, информационных технологий и связи Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://digital-dpr.gosuslugi.ru/o-foiv/>.

173. Официальный сайт Министерства экономического развития Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mer.gov-dpr.ru/>.

174. Официальный сайт Правительства Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravdnr.ru/government/>.

175. Официальный сайт Федеральной налоговой службы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nalog.gov.ru/rn77/>.

176. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/>.

177. Официальный сайт Федеральной таможенной службы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://customs.gov.ru/>.

178. Оценка емкости и прогноз развития рынка услуг таможенного брокера в России до 2028 г. [Электронный ресурс] // Logistika-prim.ru : сайт компании. – Режим доступа: <http://www.logistika-prim.ru/articles/ocenka-emkosti-i-prognoz-razvitiya-rynka-uslug-tamozhennogo-brokera-v-rossii-do-2028-g>

179. Пастухов, А. Л. Экономическая безопасность в сфере таможенного дела / А. Л. Пастухов // Техничко-технологические проблемы сервиса. – 2018. – № 2(44). – С. 78-82.

180. Пашко, П.В. Таможенная безопасность государства / П.В. Пашко, П.Я. Писной, С.С. Демченко, Ю.С. Наумич // Федеральная таможенная служба

на новом рубеже: наука и практика, проблемы и перспективы: сб. матер. Всероссийской науч.-практ. конференции, 2007, Москва / Федеральная таможенная служба, Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Российская таможенная академия». – Москва, 2007. – С. 304-312.

181. Пилипчук, В.В. Роль и проблемы маркетинга в сфере таможенных услуг / В.В. Пилипчук, Н.П. Плоткина, А.В. Зырянова // Таможенная политика России на Дальнем востоке. – 2017. – № 1(78). – С. 28-34.

182. Поиск рынка таможенных брокеров и координационных услуг [Электронный ресурс] // Verified Market Reports : коммерческое исследовательское агентство. – Режим доступа: <https://www.verifiedmarketreports.com/ru/product/customs-brokerage-and-coordination-services-market/>

183. Показатели правоохранительной деятельности таможенных органов [Текст]. – Электрон. Текстовые данные // Федеральная таможенная служба – [Цит. 2024, сентябрь]. – Режим доступа: <https://customs.gov.ru/activity/pravooxranitel-naya-deyatelnost-/informacziya-upravleniya-tamozhennyx-rassledovaniy-i-doznaniya/document/376517>.

184. Попов, В.В. Развитие показателей таможенной статистики Российской Федерации и проблема их сопоставимости / В.В. Попов, Н.Е. Райкова // Молодой ученый. – 2012. – № 8 (43). – С. 136-139.

185. Путин отметил рост собранных ФТС платежей [Электронный ресурс] // Прайм : информационное агентство. – 2024. – 18 июля. – Режим доступа: <https://1prime.ru/20240718/putin-850242956.html>

186. Рагозинникова, Е. В. Особенности ценообразования услуг таможенных представителей / Е.В. Рагозинникова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2022. – № 7(89). – С. 180-183.

187. Райзберг, Б. А., Современный экономический словарь. – 5-е изд., перераб. и доп. / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 495 с. – (Б-ка словарей «ИНФРА-М»).

188. Реестр таможенных представителей [Текст]. – Электрон. Текстовые данные // Федеральная таможенная служба – [Цит. 2024, сентябрь]. – Режим доступа: <https://customs.gov.ru/folder/206709>.

189. Ржесик, К.А. Маркетинговый инструментарий развития рынка холодильных приборов / К.А. Ржесик, Д.П. Сюртуков // Торговля и рынок. – 2022. – Т. 2, № 3-1(63). – С. 246-251.

190. Российская таможня возобновила публикацию данных по импорту и экспорту [Электронный ресурс] // РБК : информационное агентство. – 2023. – 13 марта. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/13/03/2023/640eee479a794703aa058aac/>.

191. Российский Таможенный Брокер «РТБ» [Электронный ресурс] : сайт компании // [Rustabroker.com](https://rustabroker.com). – Режим доступа: <https://rustabroker.com/>.

192. Руденко, Л.Г. Сущность КРІ и его роль в управлении предприятием / Л.Г. Руденко, Н.П. Дегтярь // Вестник Московского университета им. С. Ю. Витте. – 2017. – № 2. – С. 50-55.

193. Сардак, Е. В. Модель стратегического управления человеческими ресурсами в условиях маркетинговой ориентации организации / Е. В. Сардак // Современные научные исследования: исторический опыт и инновации : Сборник материалов XXI Международной (политематической) научно-практической конференции, Краснодар, 11 февраля 2025 года. – Краснодар: Академия маркетинга и социально-информационных технологий - ИМСИТ, 2025. – С. 138-144.

194. Сидорова, В.И. Таможенно-тарифное регулирование внешнеторговой деятельности и таможенная стоимость [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.И. Сидорова. – Владивосток: Владивостокский филиал Российской таможенной академии, 2011. – 188 с.

195. Симахин, О. Г. Теоретическое обоснование структуры и порядка функционирования инновационной системы управления государственными таможенными услугами / О. Г. Симахин // Вестник Российской таможенной академии. – 2011. – № 4. – С. 27-36.

196. Синяева, И. М. Маркетинг : Учебник / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. – 3-е изд., пер. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 495 с.

197. Складов, И.Ю. Управление рисками в условиях экзогенной неопределенности как необходимое условие обеспечения экономической безопасности / И.Ю. Складов, В.А. Молодых, Н. М. Крамаренко // Финансовый менеджмент. – 2023. – № 5. – С. 31-38.

198. Сомов, Ю.И. Методические подходы к применению технологий искусственного интеллекта в деятельности таможенных органов / Ю.И. Сомов, Е.Г. Бормотова // Вестник Российской таможенной академии. – 2022. – №4. – С. 22-30.

199. Софьянникова, И.Ю. Качество государственных таможенных услуг: трансформация маркетинговой модели и методика оценки / И.Ю. Софьянникова // Вестник университета. – 2024. – №(4). – С. 25-32.

200. Стратегия развития таможенной службы Российской Федерации до 2030 года (утверждена распоряжением Правительства РФ от 23.05.2020 № 1388-р) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.alt.ru/tamdoc/20rs1388/>

201. Стыцюк, Р.Ю. Особенности использования модели комплекса маркетинга «7P» финансовыми компаниями в условиях цифровизации / Р.Ю. Стыцюк // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. – 2020. – № 4. – С. 132-140.

202. Таможенная служба Российской Федерации в 2024 году [Текст]. – Электрон. Текстовые данные // Федеральная таможенная служба – [Цит. 2025, март]. – Режим доступа: <https://customs.gov.ru/activity/results/ezhegodnyj-sbornik-tamozhennaya-sluzhba-rossijskoj-federaczii>.

203. Таможенные брокеры (таможенные представители) [Электронный ресурс] // Tadviser.ru : информационно-аналитический портал. – Режим доступа: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Таможенные_брокеры/.

204. Таможенные услуги и международные грузоперевозки [Электронный ресурс] // Union-logistic.ru : сайт транспортно-логистической компании. – Режим доступа: <https://union-logistic.ru/>.

205. Таможенный брокер – услуги представителя в таможене [Электронный ресурс] // Rustabroker.com : сайт компании. – Режим доступа: <https://rustabroker.com/tamozhennyj-broker/>.

206. Таможенный брокер в ДНР [Электронный ресурс] // Tamozhennye-brokery.com : коммерческий справочник. – Режим доступа: <https://tamozhennye-brokery.com/directory/categories/tamozhennyu-broker-v-dnr/>.

207. Таможенный кодекс : принят Гос. Думой 25 апр. 2003 г. : одобрен Советом Федерации 14 мая 2003 г. : подписан Президентом Рос. Федерации 28 мая 2003 г. – Москва : ЭЛИТ, 2004. – 212 с. – (Кодексы Российской Федерации).

208. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза (приложение № 1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза от 11 апреля 2017 года) [Электронный ресурс]. – Режим доступа открытый: www.pravo.gov.ru/

209. Таможенный кодекс Таможенного союза (приложение к Договору о Таможенном кодексе Таможенного союза, принятому Решением Межгосударственного Совета ЕврАзЭС на уровне глав государств от 27.11.2009 № 17). – Режим доступа: www.pravo.gov.ru/.

210. Тимиргалеева, Р. Р. Региональный таможенный маркетинг: организационно-экономические аспекты : специальность 08.00.05 "Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч.: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами; управление инновациями; региональная экономика; логистика; экономика труда; экономика народонаселения и демография; экономика природопользования; экономика предпринимательства; маркетинг; менеджмент; ценообразование; экономическая безопасность; стандартизация и управление качеством продукции; землеустройство; рекреация и туризм)" :

автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Тимиргалеева Рена Ринатовна. – Донецк, 1999. – 20 с.

211. Толикова, Е.Э. Инструменты совершенствования таможенной инфраструктуры в целях обеспечения социально-экономической безопасности Российской Федерации / Е.Э. Толикова, Ю.Е. Шабашева // Экономическая безопасность. – 2021. – Т. 4, № 4. – С. 1259-1276.

212. Топ Компаний по таможенному оформлению 2025 [Электронный ресурс] // Containerok.ru : информационный портал. – Режим доступа: <https://containerok.ru/ratings/tamozhennoe-oformlenie>.

213. Третьяк, О. А. Форсайт маркетинга: траектории дальнейшего развития / О. А. Третьяк // Маркетинговые модели, практики и тренды: вызовы и перспективы региона Большой Евразии : Сборник материалов 1-й Евразийской конференции по маркетингу, Санкт-Петербург, 01–02 декабря 2023 года. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2024. – С. 11-15.

214. Управление таможенным делом : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 080115 "Таможенное дело" / В. В. Макрусев, В. А. Черных, В. Т. Тимофеев [и др.] ; Под общей редакцией В. В. Макрусева, В. А. Черных. – Санкт-Петербург : Общество с ограниченной ответственностью "Издательский дом "Троицкий мост", 2011. – 448 с.

215. Управление Федеральной налоговой службы по Донецкой Народной Республике (УФНС России по Донецкой Народной Республике) [Электронный ресурс]. – Режим доступа открытый: https://www.nalog.gov.ru/rn93/apply_fts/

216. Ушаков, Д. Н. Толковый словарь современного русского языка : словарь / Д. Н. Ушаков. – Москва : Аделант, 2014. – 800 с.

217. Файзиев, Ш.Ш. Эффективное использование маркетинга для развития рынка инноваций / Ш.Ш. Файзиев // Молодой ученый. – 2016. – № 2 (106). – С. 615-618.

218. Федоренко, К.П. Роль таможенных представителей в сфере ВЭД / К. П. Федоренко, В.В. Витюк // Российский внешнеэкономический вестник. – 2023. – Вып. 1. – С. 120-127.

219. Федоренко, Р.В. Маркетинговый подход к развитию услуг в таможенной сфере / Р.В. Федоренко // Правовые и социально-экономические проблемы современной России: теория и практика : сборник статей III Международной научно-практической конференции, Пенза, 21–22 сентября 2014 года / Под редакцией Н.Б. Барановой, А.А. Грачева. – Пенза: Пензенская государственная сельскохозяйственная академия, 2014. – С. 80-83.

220. Филиппова, Л.А. Технологии искусственного интеллекта для таможенного контроля / Л.А. Филиппова, Е.Н. Васина, И.И. Никитченко, Ю.И. Сомов // Вестник Российской таможенной академии. – 2022. – №2. – С. 91-97.

221. Финансы. Толковый словарь. 2-е изд. – М.: «ИНФРА-М», Издательство «Весь Мир».Брайен Батлер, Брайен Джонсон, Грэм Сидуэл и др. Общая редакция: д.э.н. Осадчая И.М..2000.

222. Цыкун, Д.Н. Роль и проблемы маркетинга в сфере таможенных услуг / Д.Н. Цыкун, Г.В. Хлопяникова // Антимонопольная политика. Региональная практика: Материалы национальной конференции с международным участием, Брянск, 21 апреля 2021 года. – Брянск: Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского, 2021. – С. 186-191.

223. Шарова, А.А. Стратегия маркетинга на различных стадиях жизненного цикла продукта и применение 4Р и 7Р, 4С моделей / А.А. Шарова // Актуальные проблемы экономики и финансового менеджмента : сборник научных работ студентов экономического факультета / Российская таможенная академия. – Москва : РИО Российской таможенной академии, 2020. – С. 147-154.

224. Шевченко, Д. А. Концептуальная модель цифрового маркетинга-микс продвижения бренда в условиях конкурентной экономики на рынке B2C

/ Д. А. Шевченко, Е. М. Крюкова // Социальная политика и социология. – 2023. – Т. 22, № 2(147). – С. 20-26.

225. Шелгинская, В. А. Специфика цифровизации комплекса управления "7P" в сфере услуг (на примере социокультурных особенностей ивент-деятельности / В. А. Шелгинская // Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. – 2022. – № 2. – С. 46-53.

226. Шохин, С. О. Применение гражданско-правовых институтов в таможенной практике / С. О. Шохин, Е. А. Абросимова // Вестник Санкт-Петербургского университета. Право. – 2023. – Т. 14, № 1. – С. 123-140.

227. Шуклина, З.Н. Совершенствование деятельности таможенного представителя на рынке таможенных услуг / З.Н. Шуклина // Символ науки: международный научный журнал. – 2016. – № 1-1(13). – С. 229-235.

228. Шулепов, Н. А. Международно-правовые вопросы таможенной безопасности ЕАЭС / Н. А. Шулепов // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2014. – № 22(708). – С. 89-98.

229. Щерба, Л.М. Совершенствование института таможенных представителей в аспекте развития маркетинга таможенных услуг / Л.М. Щерба, М.Ю. Щерба // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2019. – № 7(110). – С. 7-11.

230. Экономика таможенного дела : Учебник и практикум / Г. П. Геращенко, В. Ю. Дианова, В. В. Жогличева, Т. С. Кудрявицкая. – 3-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 356 с.

231. Addressing Cross Border Ecommerce Challenges with Emerging Technologies : report / BTI Institute. – Электрон. текстовые дан. – Houston : University of Houston, 2021. – Режим доступа: <https://bti.egr.uh.edu/research/ecommerce-shi>

232. Czinkota M. R. International marketing / M. R. Czinkota, I. A. Ronkainen. – 8th ed. – Mason, OH : Thomson South-Western, 2007. – XXI, 658 p. : ill. – ISBN 0-324-31702-6.

233. Globalink Logistics : [сайт]. – Режим доступа: <https://globalinklogistics.com/>
234. Grönroos C. Service logic revisited: who creates value? and who co-creates? / C. Grönroos // *European Business Review*. – 2008. – Vol. 20, No. 4. – P. 298-314.
235. Gwardzińska E. The standardisation of customs services in the European Union / E. Gwardzińska // *World Customs Journal*. – 2012. – Vol. 6, No. 1. – P. 93-100.
236. Hossain M. I. *Services Marketing* / M. I. Hossain, N. Akter, A. M. Muzareba // *Marketing in a Transition Economy* : [коллективная монография] / ed. by M. I. Hossain, R. C. Khandai. – Singapore : Palgrave Macmillan, 2024. – P. 103-130.
237. Ildes A. I. Revealing marketing criteria of customs services: a dyadic approach / A. I. Ildes, A. Gocer // *Journal of Eta Maritime Science*. – 2019. – Vol. 7, No. 1. – P. 51–63.
238. Llanto G. M. Customs brokerage services and trade facilitation: a review of regulatory coherence : Discussion Paper No. 2013-48 / G. M. Llanto, A. M. Navarro, K. C. Detros, M. K. P. Ortiz. – Makati City, Philippines : Philippine Institute for Development Studies (PIDS), 2013. – 46 p.
239. Medin H. Customs brokers as intermediaries in international trade / H. Medin // *Review of World Economics*. – 2021. – Vol. 157, No. 2. – P. 295-322.
240. Meltzer J. P. The impact of artificial intelligence on international trade / J. P. Meltzer // *Hinrich Foundation* : [сайт]. – 2018. – Режим доступа: https://www.hinrichfoundation.com/media/2bxltgzf/meltzerai-and-trade_final.pdf
241. Parasuraman A. The impact of technology on the quality-value-loyalty chain: a research agenda / A. Parasuraman // *Journal of the Academy of Marketing Science*. – 2000. – Vol. 28, No. 1. – P. 168-174.
242. *The Future of Customs Risk Management: How Machine Learning is Shaping the Landscape* // *COTECNA* : [сайт]. – 2023. – Режим доступа:

<https://www.cotecna.com/en/media/news/the-future-of-customs-risk-management-how-machine-learning-is-shaping-the-landscape>

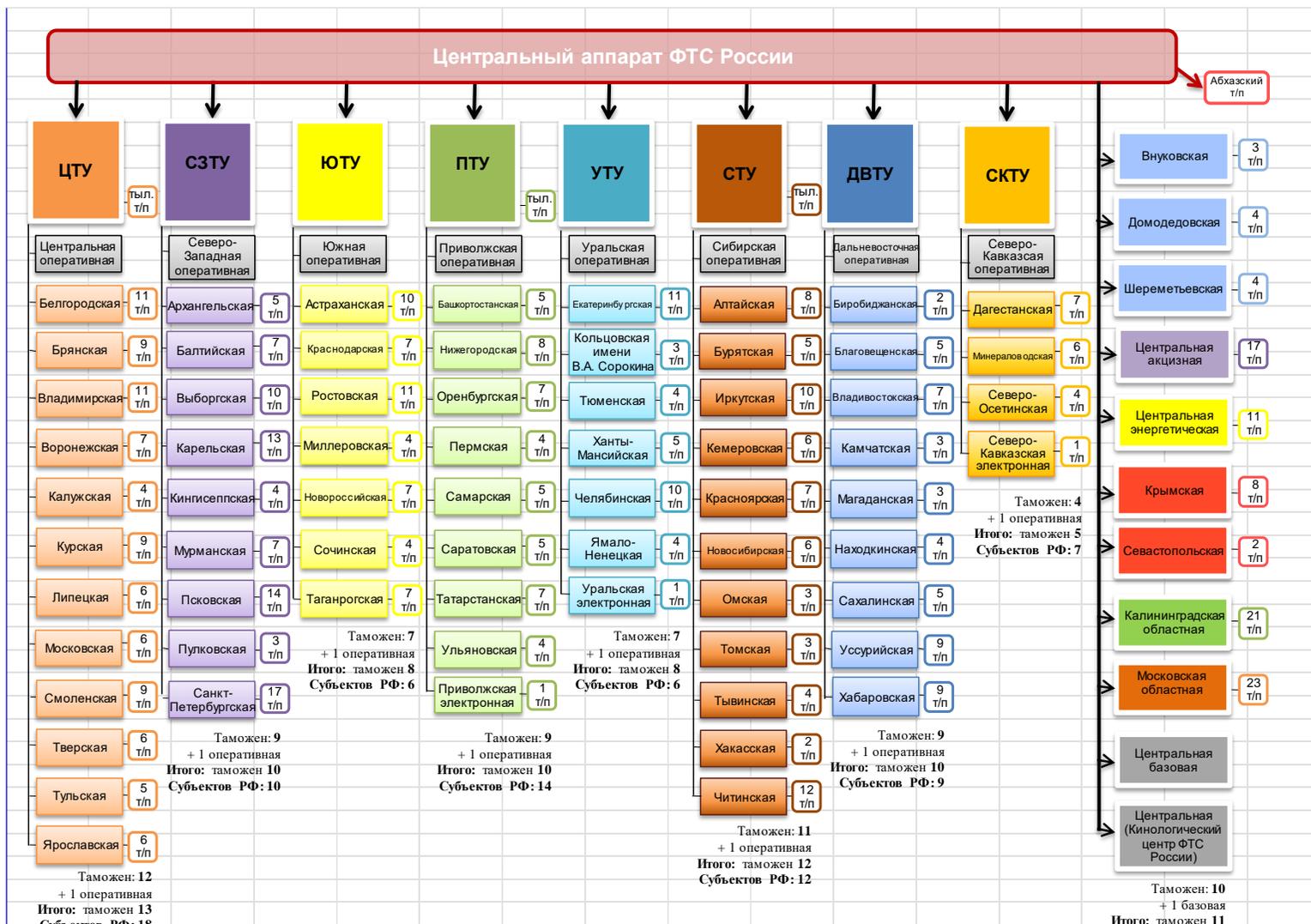
243. The Power of Artificial Intelligence: Impact on Customs Operations // iCustoms : [сайт]. – 2023. – Режим доступа: <https://www.icustoms.ai/blogs/artificial-intelligence-impact-on-customs-operations/>

244. Wirtz J. Services marketing: people, technology, strategy / J. Wirtz, C. Lovelock. – 9th ed. – New Jersey : World Scientific Publishing, 2021. – 850 p.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А

Территориально-структурное деление таможенных органов Российской Федерации



Приложение Б

Рейтинг брокеров Российской Федерации за 2024 г.

Место	Компания	Город	Баллы	Сайт компании
1	Деловые Линии	Россия	1963	www.dellin.ru
2	ТрансКонтейнер	Россия	960	trcont.com
3	ПЭК	Россия	917	pecom.ru
4	ЖелДорЭкспедиция	Россия	680	www.jde.ru
5	Kit	Россия	454	tk-kit.com
6	VOZOVOZ	Москва	424	vozovoz.ru
7	FESCO	Москва	348	www.fesco.ru
8	Универсальные Грузовые Решения	Москва	116	ucsol.ru
9	Транзит	Владивосток, Москва, Шанхай, Санкт-Петербург, Новосибирск, Находка, Пусан	105	transitllc.ru
10	TRASKO	Россия, Польша, Беларусь	82	trasko.ru
11	Агентство РГ групп	Россия	70	www.rgg.ru
12	ТК ПОВОЗ	Москва	60	www.povoz.ru

Место	Компания	Город	Баллы	Сайт компании
13	Т.А.Т	Россия	58	www.tk-tat.ru
14	Несну Group CIS	Владивосток, Санкт-Петербург, Выборг	58	hecny.ru
15	ГЛТ	Россия	58	glt.company
16	ТАЙСУ-ТБ	Владивосток, Москва, Санкт-Петербург, Новороссийск, Химки, Брянск, Калининград, Смоленск	57	taisutb.ru
17	FLC	Москва, Екатеринбург	52	free-lines.ru
18	АТА	Москва, Новороссийск, Красноярск, Якутск, Мирный, Ленск, Удачный, Айхал	52	www.ata.su
19	СБ Карго	Москва	52	sbcargo.ru
20	Логистик Авто	Россия	48	logistic-avto.ru
21	ВЛ Лоджистик	Россия	42	vl-logistic.ru
22	FM Logistic		42	www.fmlogistic.ru
23	NAWINIA	Владивосток, Москва, Шанхай, Санкт-Петербург, Находка, Ташкент, Баку, Шереметьево	35	nawinia.com
24	Альтерна	Владивосток	35	www.alternadv.com
25	АльфаСтар	Санкт-Петербург	35	alfastar-spb.com

Место	Компания	Город	Баллы	Сайт компании
26	АЙКАСТОМС	Москва, Санкт-Петербург	35	icustoms.ru
27	Канавара Групп	Москва	35	canavara-group.ru
28	LCM Group	Москва, Екатеринбург, Воронеж	30	lcmg.ru
29	VIG TRANS	Москва, Санкт-Петербург, Минск, Алматы	30	vigtrans.com
30	Дзинь Ма	Москва	30	jm5333.ru
31	Baikal	Владивосток, Москва, Пекин, Гуанчжоу	30	baikalvl.ru
32	Парус	Владивосток, Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск, Новороссийск, Харбин, Нинбо, Сеул	30	tpp.ru
33	Логика Груза	Санкт-Петербург, Новосибирск, Екатеринбург, Самара, Казань	25	logika-gruza.ru
34	СОКОЛ	Москва, Новороссийск, Екатеринбург, Казань, Благовещенск, Вятские Поляны	25	gksokol.com
35	СТТ Логистика	Москва	25	sttlogistics.ru
36	СОВТРАНСАВТО	Москва	24	www.sovtransavto.ru
37	Эстив	Владивосток	24	estiw.ru
38	ЕВРОТРАНС ЭКСПЕДИЦИЯ	Владивосток, Москва	23	ete.ru
39	ВР ЛОГИСТИК	Владивосток, Москва, Санкт-Петербург, Новороссийск, Минск, Тверь, Смоленск	22	www.vr-logistic.ru

Место	Компания	Город	Баллы	Сайт компании
40	Lorry	Екатеринбург	20	lorry.com
41	ПРО-ЛОГ	Владивосток, Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск, Новороссийск	18	prlg.ru
42	ТРАНССЕРТИКОФ	Москва	17	www.dtod.ru
43	Shuttle Logistic	Владивосток, Москва, Шанхай, Томск, Санкт-Петербург, Екатеринбург	15	shuttle-logistic.ru
44	Logeksim	Москва, Новороссийск, Гуанчжоу, Стамбул	14	logeksim.ru
45	Транспортные технологии	Москва, Новосибирск	14	tt-nsk.ru
46	Квазар	Владивосток, Москва, Нинбо	13	cc-customs.ru
47	Multimodal Line	Химки	12	www.multimodal.su
48	Asialog DV	Владивосток, Москва, Санкт-Петербург	12	asia-log.ru
49	АРТ-СЕРВИС ЛОГИСТИКА	Москва	10	www.artcustoms.ru
50	2VED	Москва	10	2ved.ru

*составлено автором на основе источника [212]

Приложение В

Отчет об исполнении основных показателей работы таможенных органов Российской Федерации за 2023-2024 гг.

Номер п/п	Наименование показателя	Значение показателя		Оценка изменения показателей	
		2023 год	2024 год	Абс. отклон., 2024/2023 гг.	Темп роста, 2024/2023 гг., %
Критерий 1. Скорость совершения таможенных операций при ввозе товаров в Российскую Федерацию и вывозе товаров из Российской Федерации, а также сокращение издержек заинтересованных лиц при совершении таможенных операций					
1.1	Время совершения таможенными органами Российской Федерации операций, связанных с осуществлением государственного контроля в автомобильных пунктах пропуска (минут):				
	для товаров, подлежащих ветеринарному, фитосанитарному и санитарно-карантинному контролю	25,69	25,72	0,03	0,12
	для иных товаров, по которым не выявлены риски нарушений	16,34	18,02	1,68	10,28

Номер п/п	Наименование показателя	Значение показателя		Оценка изменения показателей	
		2023 год	2024 год	Абс. отклон., 2024/2023 гг.	Темп роста, 2024/2023 гг., %
1.2	Время, прошедшее с момента завершения таможенной процедуры таможенного транзита товаров, перевозка которых под таможенным контролем осуществляется автомобильным транспортом, от таможенного органа в месте прибытия до внутреннего таможенного органа до момента выпуска товаров в соответствии с таможенной процедурой выпуска для внутреннего потребления (минут), за исключением следующих случаев: помещение товаров на временное хранение; неисполнение положений, установленных статьями 190 – 192 Таможенного кодекса Таможенного союза; неисполнение декларантом условий выпуска товаров (статья 195 Таможенного кодекса Таможенного союза) ¹¹	246,30	251,64	5,34	2,17
1.3	Доля деклараций на товары, оформленных в электронном виде без представления документов на бумажном носителе, в общем количестве оформленных деклараций на товары при условии, что товары (транспортные средства) не идентифицированы как рискованные поставки, требующие дополнительной проверки документов на бумажных носителях (процентов)	99,99	99,99	-	100
1.4	Доля стоимости товаров, оформленных в электронном виде без представления документов на бумажном носителе, в общей	99,96	100		

Номер п/п	Наименование показателя	Значение показателя		Оценка изменения показателей	
		2023 год	2024 год	Абс. отклон., 2024/2023 гг.	Темп роста, 2024/2023 гг., %
	стоимости оформленных товаров при условии, что товары (транспортные средства) не идентифицированы как рискованные поставки, требующие дополнительной проверки документов на бумажных носителях (процентов)			0,04	0,04
Критерий 2. Своевременность и полнота поступления таможенных платежей					
2.1	Уровень выполнения прогнозируемого задания по администрируемым таможенными органами доходам в федеральный бюджет (процентов)	102,46	102,59	0,13	0,13
2.2	Доля таможенных платежей, возвращенных плательщикам в связи с удовлетворением жалоб участников внешнеэкономической деятельности на решение, действие (бездействие) таможенного органа или его должностного лица, в общем объеме уплаченных таможенных платежей (процентов)	0	0	0	0

Номер п/п	Наименование показателя	Значение показателя		Оценка изменения показателей	
		2023 год	2024 год	Абс. отклон., 2024/2023 гг.	Темп роста, 2024/2023 гг., %
2.3	Доля таможенных платежей, возвращенных плательщикам или зачтенных в счет будущих платежей по решениям суда, отменяющим незаконные решения должностных лиц таможенных органов, в общем объеме уплаченных таможенных платежей (процентов)	0,10	0,3	0,2	200
Критерий 3. Эффективность противодействия преступлениям и административным правонарушениям					
3.1	Доля товарных партий ввозимых (вывозимых) товаров, в отношении которых проведен таможенный досмотр, в общем количестве товарных партий, в отношении которых подана декларация на товары (процентов)	1,4 (0,3)	1,3 (0,3)	-0,1	-7,14
3.2	Доля товарных партий, подвергнутых таможенному досмотру, в результате которого были выявлены нарушения таможенного законодательства Таможенного союза и законодательства Российской Федерации о таможенном деле либо в результате которого в выпуске товаров было отказано, в общем объеме досматриваемых партий товаров (процентов)	78	80,6	2,6	3,33

Номер п/п	Наименование показателя	Значение показателя		Оценка изменения показателей	
		2023 год	2024 год	Абс. отклон., 2024/2023 гг.	Темп роста, 2024/2023 гг., %
3.3	Доля результативных таможенных проверок после выпуска товаров в общем количестве завершённых таможенных проверок (процентов)	95	97	2	2,1

*составлено автором на основе источника [177]

Приложение Г

План деятельности Федеральной таможенной службы на 2024 год и плановый период 2025 - 2029 годов

№ п/п	Наименование показателя	Единица измерения	Значение показателя					
			2024 год	плановый период				
				2025 год	2026 год	2027 год	2028 год	2029 год
1.	Индекс собираемости НДС, акцизов и ввозной таможенной пошлины, администрируемых ФТС России, не менее	%	101,4	101,5	101,6	-	-	-
2.	Результативность применения системы управления рисками при таможенном декларировании товаров, не менее	%	50	54,2	58,4	62,6	66,8	71
3.	Степень автоматизации решений, принимаемых в отношении безрисковых товаров при их перемещении через таможенную границу ЕАЭС и помещении под таможенные процедуры, включая таможенный транзит, не менее	%	50	50	50	50	60	60
4.	Уровень автоматизации выбора объектов таможенного контроля после выпуска товаров, не менее	%	20	30	40	45	50	50
5.	Результативность таможенных проверок, проведенных после выпуска товаров, не менее	%	88	89	90	90	90	90
6.	Повышение удовлетворенности участников внешнеэкономической	%	95	95	95	96	96	96

№ п/п	Наименование показателя	Единица измерения	Значение показателя					
			2024 год	плановый период				
				2025 год	2026 год	2027 год	2028 год	2029 год
	деятельности функционированием электронных сервисов ФТС России, не менее							
7.	Доля решений таможенных органов, отмененных в судебном и досудебном порядке, по отношению к общему объему декларационного массива, не более	%	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25
8.	Предельное время совершения таможенными постами (центры электронного декларирования) таможенных операций при выпуске товаров, по которым не выявлены риски нарушения требований актов, составляющих право Евразийского экономического союза, и законодательства Российской Федерации о таможенном регулировании, и которые не подлежат контролю со стороны иных федеральных органов исполнительной власти:	минут						
8.1.	экспорт		28	27	26	25	24	23
8.2.	импорт		58	57	56	55	54	53

Приложение Д**Справки о внедрении результатов диссертационной работы**

ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ
ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ

«ТОРГОВЫЙ ДОМ «ГОРНЯК»

Подразделение «Отдел Продаж Импорт»

Идентификационный код юридического лица 50000641

ДНР, 83045, г. Донецк, Ленинский район, ул. Луговцова, д. 1

Исх. № 7/6 от 20.04.2024 г.

СПРАВКА

*о внедрении результатов диссертационной работы
Козлова Владимира Сергеевича
на тему «МАРКЕТИНГ НА РЫНКЕ БРОКЕРОВ»,
представленной на соискание ученой степени
кандидата экономических наук
по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика
(маркетинг)*

Предложенные основные индикаторы выбора брокера, характеризующие критерии качества и профессиональных компетенций специалистов рынка брокерских услуг, дополнены индикаторами готовности брокера к цифровизации и умением формировать портрет идеального клиента, позволят во внешнеэкономической деятельности предприятия определиться с выбором наиболее компетентного и востребованного брокера.

Сформированная панель индикаторов выбора брокеров в системе рейтингов на рынке брокерских услуг будет способствовать оптимизации процесса перемещения товаров через таможенную границу.



Приложение Д

Справки о внедрении результатов диссертационной работы



Исх. № 242/24
от 25.06.2024

СПРАВКА

*о внедрении результатов диссертационной работы
Козлова Владимира Сергеевича
на тему «МАРКЕТИНГ НА РЫНКЕ БРОКЕРОВ»,
представленной на соискание ученой степени
кандидата экономических наук
по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)*

Разработанная адаптация комплекса маркетинга «4С» к специфике деятельности таможенного представителя ООО «Южные Транспортные Линии» способствует повышению качества оказываемых услуг, укреплению репутации предприятия и увеличению уровня клиентской лояльности. Применение комплекса маркетинга «7Р» позволяет усилить конкурентные позиции, улучшить общий имидж на рынке, а также повысить эффективность продвижения и реализации оказываемых услуг.

Внедрение предложенных моделей маркетинга в деятельность ООО «Южные Транспортные Линии» способствует формированию устойчивых конкурентных преимуществ, а также повышению прозрачности и эффективности взаимодействия с клиентами.

Генеральный директор
ООО «Южные Транспортные Линии»



Р.А. Климов

Приложение Д

Справки о внедрении результатов диссертационной работы



Рег. № 15/43 от 15.03.2025

СПРАВКА

*о внедрении результатов диссертационной работы
Козлова Владимира Сергеевича
на тему «МАРКЕТИНГ НА РЫНКЕ БРОКЕРОВ»,
представленной на соискание ученой степени
кандидата экономических наук
по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)*

Результаты диссертационного исследования Козлова В. С. способствуют более точному анализу текущего состояния рынка брокерских услуг, что необходимо для формирования эффективных стратегий выбора брокеров и оптимизации их взаимодействия с клиентами.

Кроме того, результаты оценки рынка дают возможность определить наиболее востребованные и перспективные сегменты рынка брокерских услуг, что повышает эффективность управленческих решений. Использование предложенных индикаторов в рейтинговых системах брокеров способствует повышению прозрачности отрасли, минимизации рисков и развитию конкуренции.

Внедрение результатов диссертационной работы в практическую деятельность позволит ООО «МАСТЕР-ТОРГ» как субъекту внешнеэкономической деятельности обоснованно выбирать брокеров, основываясь на объективных показателях их компетентности, надежности и инновационного потенциала.

Генеральный директор
ООО «МАСТЕР-ТОРГ»



А.Г. Гречко

Приложение Д

Справки о внедрении результатов диссертационной работы

ООО «АйДжиЭл Групп»

Россия, 111672, г. Москва,
ул. Суздальская, 46
+7(499) 39-181-39
www.igl-grp.com
info@igl-grp.com



«IGL Group» LLC

46, Suzdalskaya str,
111672 Moscow, Russia
+7(499) 39-181-39
www.igl-grp.com
info@igl-grp.com

Рег. № 290525 от 29.05.2025

СПРАВКА

о внедрении результатов диссертационной работы

Козлова Владимира Сергеевича

на тему **«МАРКЕТИНГ НА РЫНКЕ БРОКЕРОВ»**,

представленной на соискание ученой степени

кандидата экономических наук

по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)

Разработанный алгоритм оказания маркетинговых услуг, связанных с документальным сопровождением перемещения товаров через таможенную границу, отражает основные преимущества брокерской деятельности с учетом взаимодействия по принципу «единого окна».

Практическое применение предложенного Козловым В. С. алгоритма способствует повышению качества и скорости оказания брокерских услуг, а также укреплению доверия между ООО «АйДжиЭл Групп» и его клиентами, создавая долгосрочные и взаимовыгодные партнерские отношения.

Генеральный директор
ООО «АйДжиЭл Групп»



А. Н. Кондратенко

Приложение Д

Справки о внедрении результатов диссертационной работы



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение
высшего образования
«Донецкий национальный университет экономики и
торговли имени Михаила Туган-Барановского»
(ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»)
283050, Донецкая Народная Республика,
г. Донецк, ул. Щорса, д. 31
Тел.: +7 (856) 304-18-99
E-mail: info@donnuet.ru
ОКПО 75113940, ОГРН 1229300078567
ИНН/КПП 9303012996/930301001

15.12.2025г. № ДЗ.ДЗ/2143

На № _____ от _____

СПРАВКА

о внедрении результатов кандидатской диссертационной работы
старшего преподавателя кафедры таможенного дела и экспертизы товаров
Козлова Владимира Сергеевича

Результаты научного исследования Козлова Владимира Сергеевича, полученные в диссертационной работе на соискание ученой степени кандидата экономических наук на тему: «Маркетинг на рынке брокеров», представляют научный интерес и используются в учебном процессе федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» при преподавании дисциплин «Маркетинг услуг», «Маркетинговые исследования», «Конъюнктура рынков товаров и услуг», «Основы деятельности таможенных представителей», «Таможенное дело».

Результаты научного исследования Козлова Владимира Сергеевича позволили улучшить структуру и содержание указанных дисциплин, обновить их методическое обеспечение.

Проректор по учебно-методической работе,
доктор экономических наук, доцент

Л. В. Крылова