

Таким образом, анализ факторов и направлений развития цифрового маркетинга обнаружил, что усиливать «сценарии борьбы» за потребителя и ускорить развитие указанного маркетинга способно активное использование в коммерческих компаниях современных информационно-аналитических инструментов.

**Список использованных источников**

1. Брутян М. Цифровая революция в маркетинге / М.М. Брутян // Практический маркетинг. 2019. №2(264). – С. 3–15.
2. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Филип Котлер ; Пер. с англ. – 10-е изд. – М. : Альпина Паблишер, 2020. – 211 с.
3. Колодник Т. Развитие теории цифрового маркетинга /Т. Колодник // Наука и инновации. – 2021. – №1(215). – С. 53–57.
4. Вирин, Ф.Ю. Интернет-маркетинг: полный сборник практических инструментов / Ф.Ю. Вирин. – Москва: Эксмо, 2010.
5. Афанасьев.В.А. Использование digital-технологий коммуникаций в маркетинге в условиях перехода к цифровой экономике / В.А.Афанасьев // Аллея науки. – Томск, 2017. – № 16.– с.62-66.
6. MMX Multi-Platform: The Next Generation of Digital Audience Measurement [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/Tjd69> – Дата доступа: 10.03.2021
7. Семь технологических трендов, которые изменят контент-маркетинг в 2018 году [Электронный ресурс] // Сайт AdIndex.ru – Режим доступа: <https://clck.ru/TZTJ5> (дата обращения: 06.03.2021).
8. Гринько О. Информационно-аналитические инструменты контент-маркетинга / О. Гринько, В. Голик // Наука и инновации. – 2021. – №1(215). – С. 58–64
9. Тренды & технологии 2030 [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://clck.ru/TZc2U>. (дата обращения: 06.03.2021).

***О.Ф. Косач, канд. экон. наук, доцент,  
УО «Белорусский государственный экономический университет»  
Минск (Беларусь)***

## **МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА НАЛОГОВЫХ УСЛУГ**

Современные тенденции в сфере оказания государственных услуг развиваются в контексте функционирования электронного правительства и создания цифровой экономики. Расширение объемов оказываемых электронных государственных услуг обусловлено необходимостью повысить уровень взаимодействия государственных органов с коммерческими организациями и населением. В Республике Беларусь принята Стратегия развития информатизации в Республике Беларусь на 2016?2022 годы, Государственная программа «Цифровое развитие Беларуси» на 2021–2025 годы, создана нормативно-правовая база и техническая база для реализации потенциала цифровой экономики. Согласно целевым показателям подпрограммы «Цифровое развитие государственного управления» доля субъектов хозяйствования, имеющих возможность взаимодействовать с налоговыми органами, к 2025 г. должна увеличиться с 80% до 90%. Расширение такого взаимодействия возможно как за счет перевода большего

количества услуг в электронную форму, так и за счет стимулирования заинтересованности субъектов хозяйствования в данных услугах по фактору их высокого качества. По данным официального портала рейтинговой оценки качества оказания услуг организациями Республики Беларусь фактический уровень удовлетворенности качеством оказания услуг организациями в разрезе различных сфер жизнедеятельности составляет 76-93%, при этом по направлению «Доходы и налоги» 79%, т. е. приближен к нижней границе уровней удовлетворенности [1]. Мониторинг качества электронных налоговых услуг на долгосрочной основе проводится в России, Украине, Таджикистане, Казахстане, в странах Европы. Официальные отчеты государственных налоговых служб указанных стран показывают постоянный рост уровня удовлетворенности пользователей качеством электронных налоговых услуг. Поэтому, по нашему мнению, необходимо изучение и обобщение международного опыта с целью выработки основ совершенствования национальной системы оценки качества налоговых услуг.

Вопросы оценки качества электронных налоговых услуг исследуют белорусские ученые Е.Ф. Киреева, О.С. Наумчик, Е.С. Филиппович, И.А. Лукьянова, М.А. Шклярова, зарубежные ученые Т.А. Ефремова, Ю.А. Алексеева, М.Г. Родионов, А.Н. Лунев, а также международные организации, проводящие мониторинг и оценку эффективности созданных систем оказания электронных государственных услуг.

В настоящее время в **России** оценить работу налоговых органов и оставить свои отзывы можно через интернет-сервис «Анкетирование», размещенный на официальном сайте ФНС России. Сервис «QR-анкетирование» предоставляет возможность онлайн оценки качества предоставления государственной услуги по пяти критериям: доступность информации, комфортность условий, время ожидания в очереди, время предоставления услуги, вежливость и компетентность сотрудников.

По результатам опросов вышеуказанными способами формируется показатель «Уровень удовлетворенности граждан качеством предоставления государственных услуг». Данный показатель введен в действие с 2019г. и входит в документ «Сведения о показателях деятельности ФНС России», утверждаемый Министром финансов Российской Федерации. Его плановое значение должно быть не менее 90%. Фактическое значение определяется с учетом всех оценок, поступивших от заявителей в результате анкетирования (опроса) за отчетный период, по формуле:

$$y = \frac{B}{A} \times 100$$

где У – уровень удовлетворенности граждан качеством предоставления государственных и муниципальных услуг, %;

В – общее количество положительных оценок (оценки 5 («отлично»), 4 («хорошо»);

А – общее количество оценок.

Результаты анкетирования на сайте ФНС России свидетельствуют о высоком уровне удовлетворенности налогоплательщиков качеством оказания в инспекциях услуг – в 2019 г. показатель составил 96,96% [2].

Повышение качества и эффективности налоговых услуг в **Украине** предусмотрено Стратегией реформирования системы управления государственными финансами на 2017-2020 гг. путем развития электронных сервисов и периодических опросов налогоплательщиков. Оценка электронных услуг проводится с помощью опроса-анкеты, размещенной на официальном сайте налоговой службы Украины.

С целью оценки эффективности деятельности электронных услуг в Украине был проведен общенациональный он-лайн опрос налогоплательщиков (юридических и физических лиц), результаты которого опубликованы на сайте Государственной фискальной службы [3]. Респондентам задавались открытые и закрытые вопросы. Опрашиваемые в большинстве ответили, что оптимальным способом контакта с органами ГФС является электронный. Кроме этого, большинство физических лиц отметили, что для улучшения качества услуг, следует развивать именно электронные способы связи.

По закрытым вопросам предлагалось выразить мнение по шкале от 1 до 6 в соответствии с ключом «1 – очень плохо, 6 – очень хорошо».

Список вопросов, оценивающих оказания электронных услуг включает:

1. Понятность предоставленной консультации при использовании электронного способа.

2. Обмен информацией с органами ГФС.

3. Работа сервиса Присоединение к договору по использованию электронных документов.

4. Работа сервиса «Электронный кабинет».

5. Работа общедоступного информационно-аналитического ресурса.

6. Содержательное наполнение официального портала ГФС.

Задачей социологического опроса было не только получение мнения пользователей по имеющимся налоговым услугам, но и изучение предложений по перспективному развитию электронных услуг. С этой целью в опросы включался блок «Замечания, предложения и комментарии относительно электронных услуг».

Оценку качества налоговых услуг в **Республике Польша** можно оценить как качественно, так и количественно. Первый аспект может быть проанализирован с точки зрения «качества» налогового законодательства, уровня удовлетворенности налогоплательщиков с точки зрения обслуживания и взаимодействия с налоговой администрацией, или путем анализа количества и содержания жалоб, апелляций и судебных дел между налогоплательщиком и налоговой администрацией. Вторая оценка, сделанная в количественном выражении, является результатом измерения затрат на административные услуги, полученных налоговых доходов или анализа других числовых данных.

Особенной оценкой качества услуг налоговых органов Польши является параметр «чувство налоговой безопасности предпринимателей», под ним понимается право получить толкование налогового законодательства. Для количественного измерения этого параметра используются:

– количество заявок на налоговое толкование;

– количество противоречащих друг другу толкований из-за низкого качества закона.

Оценка качества налоговых услуг в Польше проводится с помощью исследований качества обслуживания, методики «Тайный покупатель», анализа жестких показателей, оценки сотрудников. Качество обслуживания через различные коммуникационные каналы в Польше оценивается по следующим показателям:

– Уровень удовлетворенности клиентов (в 2016 г - 60%, в последующие годы должен обеспечиваться прирост не менее чем на 5 п.п.) Расчет проводится ежегодно по подразделениям, отвечающим за обслуживание клиентов, на основе процентного соотношения хороших и очень хороших оценок к общему количеству оценок, а также на основе ежегодного социологического опроса, проводимого по заказу Министерства финансов.

– Время, затрачиваемое предпринимателем на деятельность, связанную с налоговыми обязательствами. Измеряется в часах в год по методике на основании данных, предоставленных Всемирному банку для целей отчета «Ведение бизнеса» в рамках индикатора: Время, необходимое для соблюдения трех основных налогов.

– Телефонные звонки, проведенные консультантами Национальной налоговой информации, оцененные как правильные (в 2016 г. не менее 80% с ежегодной тенденцией роста и достижения не менее 85% в 2020 г.). Оценивается колл-центром как отношение количества телефонных звонков, оцененных как правильные, к количеству всех оцененных звонков.

– Средняя продолжительность налоговых разбирательств по запросу налогоплательщика, измеряется в днях. Критерий качества — тенденция снижения в абсолютном выражении и относительном. Относительный показатель рассчитывается как сумма продолжительности завершенных налоговых разбирательств, инициированных по запросу стороны, деленная на число завершенных всех налоговых процедур, инициированных по запросу плательщика.

– Декларации, представленные по электронной почте (в 2016 г. 77,3% с ежегодной тенденцией роста более чем 85% к 2020 г.). Измеряется как соотношение деклараций, представленных в электронном виде, к декларациям, представленным всеми возможными способами.

Социологические опросы по удовлетворенности качеством обслуживания проводятся в каждом городе, имеющем центр обслуживания плательщиков. Клиентам предлагается оценить работу по пунктам согласно шкале от 1 (низкая оценка) до 5 (высокая оценка):

1. Скорость решения вопросов.
2. Личный эмоциональный подход плательщика к вопросам (обыденность, нейтральность, стресс).
3. Личная заинтересованность специалиста в оказании помощи.
4. Личная культура.
5. Наиболее подходящий способ решения вопроса:
  - личное собеседование с сотрудником;
  - предоставление информации по телефону;
  - листовка-брошюра;
  - официальный веб-сайт;
  - другие источники ресурсов Интернет.

По результатам опроса рассчитывается показатель «Уровень удовлетворенности клиентов» как отношение суммы количества оценок «4» и «5» к общему количеству оценок.

В Латвии, как и в большинстве европейских стран, оказание налоговых услуг обеспечивается в электронном виде через сервис «Система электронного декларирования», расположенном на официальном сайте Службы государственных доходов (налоговая и таможенная служба — примечание автора), и через Единые центры обслуживания клиентов. В данных центрах оказываются не только услуги Службы государственных доходов, но и услуги Государственного агентства социального страхования и Услуги Государственной инспекции труда, что затрудняет оценку Единого центра по направлению именно налоговых услуг. Оценка эффективности деятельности и качества обслуживания клиентов проводится с помощью социологических опросов [4]. Опрашиваемым предлагается ответить и выразить свое мнение по вопросам:

1. Какие виды услуг Вы использовали? (указывается перечень услуг)
2. Каким видом сервиса Вы пользовались? (указывается перечень возможных коммуникаций)
3. Оцените скорость предоставления услуги.
4. Оцените легкость использования сервиса.
5. Оцените понятность сервиса.
6. Оцените веб-сайт по параметрам:
  - представление информации
  - понятность структуры сайта
7. Оцените понятность описания предоставляемых услуг.
8. Какие проблемы возникли в связи с непониманием услуг? (указывается перечень вероятных проблем)
9. Что следует улучшить в предоставляемых услугах? (формат открытого вопроса)

Для оценки предлагалась шкала от 1 до 10 (1 – низкая оценка, 10 – высокая оценка). Результаты опроса были обработаны в разрезе половозрастных групп и регионов Латвии. Это позволило установить проблемы обслуживания различных социальных групп, степень использования каналов связи в разных регионах страны. Данная информация может быть использована для дальнейшего совершенствования процесса оказания налоговых услуг физическим и юридическим лицам.

**В Узбекистане** согласно Стратегии совершенствования налогового администрирования принят приоритет развития электронных услуг налогоплательщику и оказание услуг налогоплательщикам путем расширения функций «call-центра» исходя из конкретных потребностей налогоплательщиков (полноценные советы, прием заявок, заявлений, жалоб). Для совершенствования сервисно-ориентированного налогового обслуживания по направлению оценки налоговых услуг предлагается использовать механизмы анонимной оценки налогоплательщиками уровня удовлетворенности качеством оказываемых налоговых услуг через опросы на официальном сайте Государственного налогового комитета. Для того, чтобы поучаствовать в оценке электронного сервиса, необходимо на сайте выбрать наименование сервиса и указать оценку по 5-ти балльной шкале (визуализируется в виде пяти звезд) и оставить комментарий. Второй мерой оценки налогового обслуживания является внедрение рейтинга оценки эффективности деятельности подразделений налоговых органов с учетом результатов общественного мнения. Реализация этой меры возложено на Центр изучения общественного мнения, созданного указом президента Республики Узбекистан.

Интерес представляет опыт оценки услуг налоговых органов Всемирным банком в **Республике Таджикистан**. Диагностика качества услуг налоговых органов была проведена в масштабном исследовании «Диагностический инструмент оценки налоговой администрации ТАДАТ» [5]. В исследовании обоснованный круг показателей оценивался по шкале «ABCD», где «A» означает самый высокий, а «D» – самый низкий уровень результативности. Оценка выставлялась экспертами на основе изучения статистики взаимоотношений с налогоплательщиками и внутренних документов Налогового комитета.

Оценка качества деятельности налоговой службы была осуществлена на основе четырех показателей результативности:

1. Объем, своевременность и доступность информации.
2. Быстрота реагирования на запросы о предоставлении информации.
3. Масштаб мер по снижению затрат налогоплательщиков на соблюдение норм.

4. Получение отзывов налогоплательщиков относительно продуктов и услуг.

По первому показателю оцениваются три параметра:

1) наличие у налогоплательщиков информации, необходимой им для выполнения своих обязательств;

2) степень, в которой имеющаяся у налогоплательщиков информация отражает действующие положения налогового законодательства и административные правила;

3) легкость получения информации налогоплательщиками.

По второму показателю оценивается время ожидания ответа на телефонный звонок. Согласно методологии колл-центра время ожидания не должно превышать 3 минуты.

По третьему показателю оценивается степень использования электронных сервисов на официальном сайте Налогового комитета, а именно подача деклараций через «Личный кабинет».

По четвертому показателю оцениваются два параметра:

1) в какой степени налоговое ведомство стремится узнать мнение налогоплательщиков и других заинтересованных лиц относительно оказания услуг; и

2) в какой мере учитываются отзывы налогоплательщиков при разработке административных процедур и продуктов. Обратная связь с налогоплательщиками устанавливается через личный кабинет налогоплательщиков, семинары, колл-центры, опросы и деловые встречи, а также через ответы на актуальные вопросы. Руководство своими распоряжениями демонстрирует сколько из предложений налогоплательщиков были рекомендованы для принятия решения и рассмотрения.

Таким образом, развитие цифровой экономики предполагает расширение электронных налоговых услуг и активное их использование юридическими и физическими лицами. В ряде стран нарабатан практический опыт, позволяющий изучить механизм оказания электронных налоговых услуг и оценить их качество и эффективность. Оценка качества налоговых услуг базируется на данных социологических опросов, содержащих открытые вопросы и вопросы для выражения степени своей удовлетворенности. Данные опросы проводятся и обрабатываются специализированными организациями, информация в виде графиков и выводов предоставляется в публичный доступ и налоговым органам для разработки последующих мер по улучшению своей работы.

#### ***Список использованных источников***

1. Портал рейтинговой оценки качества оказания услуг организациями Республики Беларусь // Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Минск, 2021. – Режим доступа: <http://www.ipps.by:9102/RatingPortal/About>. – Дата доступа: 01.03.2021.

2. Публичная декларация целей и задач 2020. Федеральная налоговая служба // Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Москва, 2020. – Режим доступа: [https://www.nalog.ru/html/sites/www.new.nalog.ru/docs/about\\_fits/pd2020\\_0520.pdf](https://www.nalog.ru/html/sites/www.new.nalog.ru/docs/about_fits/pd2020_0520.pdf). — Дата доступа: 01.03.2021.

3. Результати загальнонаціонального онлайн опитування платників податків // Державна фіскальна служба України [Электронный ресурс]. — Киев, 2019. — Режим доступа: <http://sfs.gov.ua/data/files/246197.pdf>. — Дата доступа: 21.02.2021.

4. Klientu apmierinatiba ar VID sniegto pakalpojumu atrumu, ertumu un saprotamibu // [Электронный ресурс]. – Riga, 2019. – Режим доступа: [https://www.vid.gov.lv/sites/default/files/atskaite\\_vid\\_klienti\\_122017.pdf](https://www.vid.gov.lv/sites/default/files/atskaite_vid_klienti_122017.pdf). — Дата доступа: 21.02.2021.

5. Хваджа, М. Доклад об оценке результатов работы. Республика Таджикистан / М. Хваджа, Т. Судинтас, Х. Алиев, А. Синха // TADAT диагностический инструмент

оценки налоговой администрации [Электронный ресурс]. — Душанбе, 2020. — Режим доступа: <https://andoz.tj/images/news/Tadat2020.pdf>images/news/Tadat2020.pdf. — Дата доступа: 10.02.2021.

*Н. П. Кохно, канд. техн. наук, доцент*

*Л. М. Судиловская, ассистент*

*И. П. Ковган, ассистент*

*УО «Белорусский государственный экономический университет»*

*Минск (Беларусь)*

## **ЗАКОНОМЕРНОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ СИСТЕМ: ИСТОРИЯ ВОПРОСА**

*Система* – целое, состоящее из взаимосвязанных частей [1,2]. При взгляде извне она целое, а при взгляде изнутри – состоит из взаимосвязанных частей.

*Технологическими системами* называют совокупности взаимосвязанных технологических процессов. Под технологическим процессом будем понимать совокупность действий необходимых для изготовления некоторого одного конкретного продукта [1]. Создание технологических систем позволяет получить системный эффект в виде повышения производительности труда. Не ради увеличения объема выпускаемой продукции формируются технологические системы. Самый простой способ увеличения количества производимой продукции – увеличение количества имеющихся предприятий без образования систем. Объем продукции – это количественный показатель результативности производства, производительность труда – качественный показатель технологии производства и производственного процесса в целом.

Исторически первые объекты, в том числе технологические системы, в обнаженном, доступном виде показывают их основной смысл и достоинства. Именно поэтому изучение истории вопроса позволяет увидеть сущность новых объектов. По мере дальнейшей эволюции эти новые объекты «обрастают» множеством черт и характеристик, затрудняющих изучение сущности явления.

Необходимо отметить, что совокупность технологических процессов возникла еще в тот период, когда человек впервые начал производить блага, необходимые для жизни, или приспособлять окружающие предметы природы для использования. Вместе с тем первые системы промышленного производства часто связывают с возникновением цехов ремесленников [1]. В Западной Европе цехи ремесленников получили наибольшее распространение на рубеже 13-14 вв. В России цеховое устройство было законодательно введено только в 1722 г.

Предшественником цехов ремесленников было *кустарное производство*, характеризовавшееся независимым изготовлением товара отдельным работником-кустарем. *Цех* объединял *ремесленников* одной специальности для выпуска некоторого вида продукции. Так, в средневековых городах были цехи столяров, сапожников, кондитеров и так далее. Принципиальных изменений в технологическом процессе изготовления продукта при переходе к цехам ремесленников не произошло. Важное отличие заключалось в том, что процесс изготовления продукта ремесленники осуществляли не изолированно друг от друга, а в одном помещении – цехе ремесленников. Эффект такого объединения сказался на повышении производительности труда. Именно для повыше-