

ЭКОНОМИКА: ПРОБЛЕМЫ, РЕШЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ

УДК 338.2 P11

DOI 10.26425/1816-4277-2021-4-87-96

Бойкова Майя Владимировна
канд. пед. наук, ГКОУ ВО «Российская
таможенная академия», г. Люберцы,
Российская Федерация

ORCID: 0000-0003-0764-862X

e-mail: mayya.boykova@yandex.ru

ИНТЕГРАТИВНАЯ МОДЕЛЬ КАК ИНСТРУМЕНТ СОЗДАНИЯ ЦЕННОСТИ В СИСТЕМЕ ТАМОЖЕННОГО АДМИНИСТРИРОВАНИЯ

Аннотация. Действующая система таможенного администрирования обеспечивает решение сложных экономико-социальных задач. Она ориентирована на формирование ценности и потребительской полезности в рамках выполняемых функций. В связи с этим особое значение имеет качество такой системы. В статье исследовано применение ценностного подхода к системе таможенного администрирования. Проведен анализ формирования цепочки ценности. Определены подходы к оценке ценности для каждого субъекта системы таможенного администрирования. Предложена интегративная модель, способствующая наращиванию ценности таможенной услуги в системе сервисно-ориентированного таможенного администрирования. Сделаны выводы о роли и значении ценности каждого субъекта системы таможенного администрирования в формировании общественной ценности. Представленное исследование основано на концепции целостно-эволюционного подхода.

Ключевые слова: потребительная ценность, общественная ценность, цепочка ценности, таможенная услуга, агрегированная таможенная услуга, субъект-услугополучатель, субъект-услугодатель, затраты, таможенное администрирование, интегративная модель

Для цитирования: Бойкова М.В. Интегративная модель как инструмент создания ценности в системе таможенного администрирования // Вестник университета. 2021. № 4. С. 87–96.

Maya V. Boykova

Cand. Sci. (Ped.), Russian Customs
Academy, Lyubertsy, Russia

ORCID: 0000-0003-0764-862X

e-mail: mayya.boykova@yandex.ru

INTEGRATIVE MODEL AS A VALUE CREATION TOOL IN THE CUSTOMS ADMINISTRATION SYSTEM

Abstract. The current system of customs administration provides a solution to complex economic and social problems. It is focused on the formation of value and consumer utility within the framework of the functions performed. In this regard, the quality of such a system is of particular importance. The article investigates the application of the value approach to the customs administration system. The paper carries out the analysis of the value chain formation. The study defines the approaches to the value assessment for each subject of the customs administration system. The paper proposes an integrative model that contributes to increasing the value of customs services in the system of service-oriented customs administration. The author draws conclusions about the role and significance of the value of each subject of the customs administration system in the formation of public value. The presented research is based on the concept of a holistic-evolutionary approach.

Keywords: use value, public value, value chain, customs service, aggregated customs service, service recipient entity, service provider entity, costs, customs administration, integrative model

For citation: Boykova M.V. (2021) Integrative model as a value creation tool in the customs administration system. *Vestnik universiteta*, no. 4, pp. 87–96. DOI: 10.26425/1816-4277-2021-4-87-96

© Бойкова М.В., 2021.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

© Boykova M.V., 2021.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Введение

Существующая модель развития системы государственного управления опирается на мировые стандарты, реализующие тенденцию смещения «деятельности административного производства в сферу социально-экономической деятельности с целью максимизации потребительской удовлетворенности» [4].

Анализ современной научной литературы показал, что использование термина «ценность» рассматривается во взаимосвязи с оценкой товара или услуги потребителем, следовательно, отражает способность товара или услуги удовлетворять его потребности.

Категория «ценность» является предметом научных исследований в сфере экономики, социологии, менеджмента и маркетинга. Вопросам ценности товара посвящены труды философов Древней Греции, мыслителей Средневековья, представителей различных экономических школ и специалистов по маркетингу и менеджменту. Так, К. Маркс утверждал, что «производство – внешний предмет для потребления, потребление – мысленно представляемый предмет для производства» [5, с. 29]. Соответственно, продукт труда, произведенный вне заданных потребителем связей не может проявить своих потребительских свойств, то есть не является товаром. Научная позиция Й. Шумпетера определяет ценность товара, прежде всего, взглядом потребителя. Поэтому любой товар, предлагаемый покупателю должен нести в себе качества (функции), необходимые покупателю. Это и создает потребительную ценность товара, относя данную категорию к системе субъективных оценок [2].

Все эти утверждения характерны и для нематериального специфического товара – услуги, как производимого в частном, так и в государственном секторе.

Постановка проблемы

Именно «ценность» в современном мире становится основной категорией, которая определяет значимость конкретных товаров и услуг для потребителя, роль и место организаций при формировании общественных ценностей в социально-экономической системе и, как следствие, определяет уровень доверия к институтам власти и степень удовлетворенности общества проводимыми реформами.

Масштабность системы государственного управления, ее многоуровневость и разнородность субъектного состава создают сложность определения таких понятий, как:

- значение ценности и ее оценка для каждого субъекта;
- определение ценности, созданной отдельным субъектом в общей системе ценностей;
- роль субъектов, участвующих в формировании цепочки ценности.

Данные сложности обусловлены несколькими причинами, а именно:

- разнородностью субъектного состава (субъектами могут выступать как общество в целом, так и отдельные референтные группы или организации);
- разнородностью потребностей субъектов, требующих удовлетворения и сложностью их идентификации;
- различными представлениями субъектов о ценности и ее стоимости для каждого субъекта;
- сложностью с определением предмета ценности;
- стоимостью и доступностью экономических ресурсов, позволяющих получить ценность и затраты на ее приобретение;
- проблемами с коммуникациями между субъектами и сложностями в артикуляции проблем и требований;
- трудностью управления взаимодействующими и взаимозависимыми субъектами при формировании цепочки ценности;
- внутренними противоречиями частного интереса единичного субъекта и общественных интересов интегрированного субъекта.

В контексте системы таможенного администрирования, ценность связана как с объектом оценки – государственной таможенной услугой, так и с субъектами оценки – услугодателями и услугополучателями в системе таможенного администрирования.

Учитывая социально-экономическую значимость и масштабы таможенного администрирования, субъектами оценки могут выступать как непосредственные получатели государственной таможенной услуги – участники внешнеэкономической деятельности (далее – ВЭД), референтные группы – бизнес-сообщество,

общество в целом, так и производителю таможенной услуги – таможенные органы. Это затрудняет применение единого подхода к пониманию и оценке ценности как экономической и управленческой категории. В связи с этим при исследовании ценности в системе таможенного администрирования следует использовать дифференциацию субъектов по степени сложности и разнородности. Так, к субъектам-услугополучателям отнесены единичные субъекты – участники ВЭД, к интегрированному субъекту – референтные группы и общество в целом, а к субъекту-услугодателю – таможенные органы.

Исходным пунктом методологии исследования ценности в сфере таможенного администрирования, является уточнение и конкретизация структуры понятий «ценность», «потребительная ценность», «общественная ценность», «цепочка ценности».

В рамках концепции общественной ценности, под общественной ценностью, в широком смысле понимается деятельность государственных органов. Мерой общественной ценности считается степень удовлетворенности членов общества качеством государственного управления. Добавленную ценность, производимую в результате деятельности институтов власти, представляют как разницу между получаемыми выгодами и ресурсами, отдаваемыми гражданами правительству [3].

Теоретико-методическая основа исследования

Впервые научное обоснование подходов к определению источников формирования общественной ценности было представлено в исследовании Г. Келли и Дж. Мулгана. В дальнейшем подходы были уточнены и дополнены в исследованиях отечественных ученых, в том числе выделены следующие источники.

1. Государственные услуги.

Рассматриваются с позиции основных факторов восприятия их ценности для услугополучателя: доступность, уровень удовлетворенности потребителей обслуживанием, воспринимаемая обществом значимость услуг, справедливость в предоставлении, затраты на получение. «Открытость информации о природе стоимости государственной услуги, а значит об использовании налоговых платежей, уплаченных обществом, осознание эффективности оказанной услуги <...> говорит услугополучателю о соответствии поставленной им личной цели и функции, заданной государством, а также указывает на ориентацию государства не на управление обществом как объектом, а признание его равноценным субъектом» [4].

2. Результаты деятельности.

Рассматриваются не только по опыту предоставления услуг, но и по способности государственного органа формировать социально значимые и желательные результаты.

3. Доверие к институтам власти.

Тесно связано с экономической стабильностью и качеством государственных услуг и выражается в «способности сообщества достигать лучшего качества жизни» на основе взаимодействия с органами государственного управления [7; 8].

Развивая данные положения, можно отметить, что в системе таможенного администрирования к источникам формирования общественной ценности следует отнести и таможенные услуги в их широкой трактовке, и результаты регуляторной (контрольно-надзорной) деятельности. Доверие к институту таможенного администрирования следует рассматривать как производную от результатов регуляторной деятельности и их восприятия обществом; качества услуг, их потребительной ценности и стоимости для субъектов.

Следовательно, общественная ценность таможенного администрирования формируется регуляторной деятельностью таможенных органов посредством производства и предоставления основного продукта – государственных таможенных услуг. Характеристика источников формирования общественной ценности таможенного администрирования представлена в таблице 1.

С экономической точки зрения, значимость системы таможенного администрирования определяется способностью системы создавать общественную ценность с минимально возможными затратами субъектов на производство и получение таможенных услуг. При этом оценка затрат подразумевает не только затраты на производство и предоставление услуг со стороны услугодателя – Федеральной таможенной службы (далее – ФТС), но и затраты участников ВЭД как услугополучателей.

Источники формирования общественной ценности таможенного администрирования

Источник	Характеристика
Таможенная услуга	<ul style="list-style-type: none"> – затраты на предоставление и получение; – характеристика услуг (качества): адекватность услуги запросу потребителя, правомерность; – сервисные характеристики предоставления услуг: скорость, выбор способа получения услуги, доступность, точность и полнота информации об услуге, поддержка потребителя в процессе получения услуги, вероятность совершения ошибок в процессе предоставления)
Результаты деятельности	<ul style="list-style-type: none"> – надзор, как система выявления инцидентов, влияющих на ожидаемые результаты и требующих нормативных или технологических изменений; – контроль, как доказательное определение соответствия или несоответствия отдельных действий или фактических обстоятельств требованиям таможенного законодательства

Составлено автором по материалам исследования

Именно затраты, как экономическая категория, выводят субъективную систему оценок потребительной и общественной ценности на объективный уровень, а «стоимость является объективной стороной ценности, экономической формой продукта, характеризующей его способность стать благом для потребителя» [4].

Таким образом, проецирование ценностного подхода на систему таможенного администрирования позволяет выделить два аспекта в оценке потребительной и общественной ценности – качественный и количественный.

Со стороны услугополучателя качественная система оценки ценности позволяет определить адекватность условий получения, функциональность содержательной стороны таможенной услуги для единичного субъекта, или выраженность социально-экономического эффекта для интегрированного субъекта (общества). Количественный подход дает возможность рассматривать ценность услуги для единичного субъекта – услугополучателя как сумму всех затрат на получение услуги и издержек упущенных возможностей участника ВЭД:

$$C_{ey} = Z_{ny} + I_{yв}, \quad (1)$$

где C_{ey} – ценность услуги для единичного субъекта-услугополучателя; Z_{ny} – затраты на получение услуги услугополучателя; $I_{yв}$ – издержки упущенных возможностей.

В системе услугодателя, опираясь на утверждение А. Алчиана, что «товары изначально не имеют никакой потребительской ценности для тех, кто их производит», основное значение имеет количественная система оценки – оценка стоимости [1]. Определение стоимости в таком случае становится методологически важным элементом исследования ценности для субъекта-услугодателя в системе таможенного администрирования. В самом общем виде для услугодателя (таможенных органов) стоимость создания потребительной ценности (услуги), передаваемой услугополучателю, может быть представлена как сумма затрат на производство и предоставление услуг:

$$C_{TY} = Z_{ny} + Z_{пред}, \quad (2)$$

где C_{TY} – стоимость создания потребительной ценности; Z_{ny} – затраты на производство услуги; $Z_{пред}$ – затраты на предоставление услуги.

Качественная сторона оценки для услугодателя представлена социально-экономическим эффектом, учитывающим имиджевую составляющую, отвечающую за формирование доверия к институту власти, и реализацию деятельности по обеспечению безопасности как атрибута общественной ценности.

Это, в свою очередь, создает предпосылки для определения предмета ценности для субъекта-услугодателя, к которому стоит отнести субъекта-услугополучателя. От наличия субъектов-услугополучателей, объема и интенсивности их деятельности зависят возможности субъекта-услугодателя выполнять возложенные на него

функции, тем самым вносить вклад в формирование общественной ценности. Клиентоориентированные механизмы таможенного администрирования позволяют максимально адаптировать результаты деятельности услугодателя под потребности услугополучателя, обеспечивая тем самым адекватность результатов для единичного субъекта-услугополучателя с минимальными затратами для услугодателя. Утилитарный подход позволяет рассматривать потребительную ценность, как разницу между выгодами и затратами. Это позволяет утверждать, что ценность, «очищенная» от затрат, превращается в чистую выгоду для клиента. Это подтверждает необходимость минимизации затрат для увеличения потребительной ценности услуги для субъекта-услугополучателя.

Для определения потребительной ценности и ее вклада в формирование общественной ценности необходимо рассмотреть элементы и особенности формирования ценности в отношении производителя (услугодателя) и услугополучателя в системе таможенного администрирования (табл. 2).

Таблица 2

Элементы формирования потребительной ценности услугодателя и услугополучателя в системе таможенного администрирования

Элемент	Таможенный орган	Участник ВЭД
Таможенная услуга	Процесс/результат деятельности	Ресурс (как информирование и консультирование) / процесс (как агрегированная таможенная услуга)
Таможенная услуга как элемент производственного цикла	Конечный	Промежуточный
Затраты	Производство услуг; предоставление услуг	Получение услуг
Затраты на производство	Оплата труда специалистов; создание нормативной правовой базы; материально-технические средства; содержание аппарата управления; контроль	-
Затраты на предоставление	Материально-технические средства; оплата труда специалистов; информационные системы и технологии	-
Затраты на получение	Затраты на получение обратной связи	Формализация документов; программное обеспечение; оплата труда специалиста по ВЭД
Требования к процессу	Эффективность; технологичность	Прозрачность; удобство; правомерность
Требование к результату	Правомерность	Скорость; адекватность
Ориентация ценности	Освоение выделенных ресурсов	Снижение затрат / увеличение прибыли
Реальный (существующий) результат	Выполнение показателей / фискальная функция	Увеличение затрат
Потенциальная общественная ценность	Обеспечение безопасности внешнеэкономической деятельности / стимулирование распространения добросовестной практики ВЭД	Развитие национального рынка / рост благосостояния

Составлено автором по материалам исследования

Следует учитывать, что при формировании цепочки ценности, таможенная услуга для услугополучателя, является лишь одним из ресурсов, необходимых для последовательного добавления ценности в ответ на открывающиеся рыночные возможности при реализации всей цепи поставки. Соответственно, управление цепочкой ценности должно рассматривать каждый этап добавления ценности взаимосвязанной и взаимозависимой деятельностью организаций в рамках цепи поставки. Применение метода картирования цепочки ценности к цепи поставки товара, позволяет отнести таможенную услугу к категории вспомогательных видов деятельности для субъектов – участников ВЭД, то есть видов деятельности, добавляющих ценность в глобальной цепочке ценностей. Как вспомогательная деятельность, она должна отвечать требованиям:

- не превалировать над основными видами деятельности, а служить их реализации;
- проявлять максимальную функциональность при минимальных издержках (быть полезной);
- оставаться по возможности незаметной для основных видов деятельности.

Метод анализа цепочки ценности позволяет идентифицировать лидерскую роль системы таможенного администрирования как производителя таможенной услуги, наделенного властным административным ресурсом, то есть определяющим параметры деятельности для других участников и контролирующим их выполнение. При этом, современные исследования отмечают, что «высокие затраты на контроль за предоставлением государственной услуги, обмен информацией по вопросам нормативно-правовой базы снижают полезность услуги, свидетельствуют о низкой эффективности деятельности сектора государственного управления» [4].

Использование метода абстракции позволяет рассматривать весь процесс таможенного контроля, как агрегированную таможенную услугу, являющуюся обязательным (обладающим характером принуждения) элементом в цепочке ценности услугополучателя при реализации цепи поставки товара. При этом для таможенных органов, как услугодателей, таможенная услуга является результирующей формой деятельности, завершающей очередной управленческий цикл. Тогда как в цепочке формирования общественной ценности для интегрированного субъекта таможенное администрирование служит средовой институциональной подсистемой экономического развития государства во внешнеторговом секторе и атрибутом безопасности национального рынка.

Однако, затраты единичного субъекта-услугополучателя существенным образом отражаются на формировании всей цепочки ценности и проецируются как на потребительную ценность услуги, так и на общественную ценность всей системы таможенного администрирования. Поэтому вопрос увеличения ценности лежит не столько в плоскости простого снижения затрат всех субъектов, сколько в возможности максимизации потребительной и общественной ценности таможенного администрирования с наименьшими затратами, в силу того, что и услугодатель в лице таможенных органов, и услугополучатель – участник ВЭД работают на реализацию потребностей общего субъекта – государства и общества, как совокупности потребителей товаров и услуг, занимая разное, но взаимозависимое положение в цепи событий, доносящих ценность до потребителя. Это подтверждает взаимообусловленность и взаимозависимость ценности и стоимости агрегированной таможенной услуги, необходимость сочетания качественной и количественной систем оценки таможенных услуг.

Интегративная модель таможенного администрирования

Разрешение возможных противоречий и проблем с определением вклада в формирование цепочки ценности каждым субъектом таможенного администрирования возможно только при последовательной трансформации показателей деятельности субъекта-услугодателя в критерии деятельности субъекта-услугополучателя.

Для совершенствования формирования цепочки ценности таможенного администрирования разработана интегративная модель, позволяющая проанализировать наращивание ценности таможенной услуги (см. табл. 3).

В рамках данной модели используются основные условия, допущения и ограничения.

Условия формирования модели:

- 1) система таможенного администрирования рассматривается как сервисная, основным продуктом которой являются государственные таможенные услуги;
- 2) интегративная модель построена на взаимосвязи концептуальных положений сервисно-ориентированного подхода с учетом структурных уровней реализации на микро-, мезо- и макроуровнях;
- 3) многоуровневость модели формируется исходя из основных дифференцируемых элементов:
 - уровня сложности структуры каждого субъекта;
 - разнообразия технологий и элементов, образующих системный уровень;

- целевой ориентации;
- доступности ресурсов и формируемой ценности;

4) исходная позиция интегративной модели таможенного администрирования – сервисная траектория развития, подчиненная формированию общественной ценности через аккумуляцию потребительных ценностей всех участников целевого взаимодействия.

Допущения модели:

- определенный уровень абстракции;
- формализованное описание объектов, процессов, явлений;
- действующие факторы и тенденции определены в ходе проведенного статистического эксперимента.

Ограничения модели (под ограничениями будут пониматься условия реализации):

- стратегические приоритеты и цели, определенные в основных документах национального и ведомственного уровня;
- ресурсные ограничения государства и бизнеса.

Таблица 3

**Основные положения интегративной модели таможенного администрирования
на принципах сервисно-ориентированного подхода**

Элемент	Уровень		
	микро-	мезо-	макро-
Субъектный состав	Таможенный орган (услугодатель)	Таможенный орган и участник ВЭД; (услугодатель и услугополучатель) таможенный орган – Федеральный орган исполнительной власти	Государство (таможенный орган), участник ВЭД, общество
Объект	Бизнес-процессы; персонал	Взаимодействие; издержки; ценность	Экономическое развитие и инвестиционная привлекательность государства; конкурентоспособность; общественные институты
Методологический подход	Системный; процессный	Интеграция: системного, процессного, ситуационного, маркетингового, целостно-эволюционного; сервисно-ориентированный	Институциональный
Ценностная ориентация	Стоимость государственной услуги; ценность потребителя	Потребительная ценность государственной услуги в цепи поставки	Общественная ценность
Объект оценки	Государственная услуга	Эффективность взаимодействия; качество государственных услуг и сервиса	Результативность взаимодействия услугополучателей и услугодателя
Субъект оценки	Услугодатель / государство	Услугополучатель	Общество / государство
Уровень реализации	Тактический; операционный	Стратегический; тактический	Концептуальный; стратегический
Фокус оценки	Соответствие внутренних процессов стандартам; вклад каждого бизнес-процесса в создание потребительной ценности услугополучателя; квалификация персонала как внутренний ресурс	Степень ориентации услугодателя на услугополучателя; соответствие производимой ценности фактическим потребностям услугополучателя	Институциональная среда ВЭД

Элемент	Уровень		
	микро-	мезо-	макро-
Уровень управления	Целевое взаимодействие	Целевое регулирующее взаимодействие	Концептуально-ориентирующее взаимодействие
Критерий оценки	Экономическая эффективность и результативность	Уровень удовлетворенности услугополучателя	Вклад в развитие социально-экономической системы
Вид оценки	Индивидуальная Коллективная	Совокупная оценка эффективности взаимодействия	Общественное мнение; репутация; уровень доверия
Моделирование	Модель бизнес-процессов	Модель услугополучателя; коммуникативная модель; модель оценки государственной услуги	Концептуальная модель управления ВЭД
Методы	Финансовый анализ; экономический анализ	Стратегический анализ; мониторинг удовлетворенности; общественный контроль и экспертиза	Совокупная оценка эффективности взаимодействия; анализ реализации публично-заявленных целей

Составлено автором по материалам исследования

Формирование ценности на микро- и мезоуровне соответствует аксиоме: «Ценность стремится к нулю в случае, когда резкое повышение издержек ресурсов влечет за собой незначительное повышение полезности».

На микроуровне проблема снижения затрат может быть решена путем выстраивания и оптимизации бизнес-процессов на основе принципа минимальных, но достаточных издержек, позволяющих обеспечивать необходимый уровень функционирования. Методология процессного подхода на данном уровне должна стать идеологией построения бизнес-модели таможенных органов с учетом ориентации на потребительную ценность субъекта-услугополучателя.

На мезоуровне на основе системного и целостно-эволюционного подходов выстраивается система взаимодействия субъектов – услугополучателей и услугодателей, способных создавать добавленную ценность. Лидерская роль таможенных органов заключается в создании на основе маркетингового подхода средовой подсистемы таможенного администрирования, на основе установления стандартов взаимодействия с услугополучателями, отвечающих требованиям отечественной экономики к устойчивому развитию, стандартов обслуживания, отвечающих лучшим мировым практикам и контролируя их выполнение всеми участниками. Такая средовая подсистема обеспечивает эффективную обратную связь со всеми участниками цепочки ценностей на основе современных технологичных платформенных решений. Формирование общественной ценности обеспечивается как за счет создания средовой подсистемы для развития бизнеса, так и за счет реализации деятельности по обеспечению безопасности, не носящей рыночный характер, но служащей атрибутом общественной ценности.

Формирование общественной ценности на макроуровне стоит рассматривать как результат суммирования потребительных ценностей:

- государства и бизнеса – при получении таможенной услуги;
- бизнеса и общества – как формы содействия наполнению рынка товарами для удовлетворения потребностей покупателей;
- государства и общества – как системы контроля и оценки вклада в социально-экономическое развитие.

В таком случае общественная ценность таможенного администрирования может рассматриваться как сумма ценностей: целевого взаимодействия, целевого регулирующего взаимодействия, ценности концептуально-ориентирующего взаимодействия, потребительной ценности таможенных услуг, ценности деятельности по обеспечению безопасности.

Заключение

Основой концептуально-ориентирующего взаимодействия являются деловые (правовые или производственные) отношения, в результате которых формируются социальные и экономические связи, преследующие цель оптимального распределения и использования ресурсов. Управление взаимоотношениями основано на институциональных установках, направлено на установление, поддержание и развитие механизмов регулирования взаимодействия и происходит на основе знания процессов, бизнес-моделей, цепочек ценностей, потребительных ценностей с позиции микро-, мезо- и макроуровней. Имея эти знания, «правительственные институты могут выстраивать промышленную политику, новые механизмы регулирования рынков, тарифов, таможенных процедур» [6].

Проведенный анализ позволяет сделать следующие выводы.

1. Для участников ВЭД следование модели создает возможность отстаивания своих интересов, защиты прав на основе управления открытыми отношениями на профессиональном уровне, максимизации выгоды.
2. Для таможенных органов данную модель следует рассматривать как инструмент, необходимый для более точного выявления и решения проблем системного характера.
3. Для государства следование модели позволит оптимизировать институциональную среду экономики, сформировать условия для расширенного воспроизводства капитала, выстроить политику государственного регулирования внешнеторговой и внешнеэкономической деятельности, конкурентную национальную промышленную политику.
4. При использовании модели необходимо учитывать возможность возникновения противоречий между частным интересом единичного субъекта ВЭД и общественным интересом; между потребительной ценностью, стоимостью таможенной услуги для единичного субъекта и общественной ценностью.

Таким образом, анализ формирования цепочек ценности в сервисно-ориентированном таможенном администрировании позволяет находить способы наращивания потребительной ценности, оптимизировать затраты на ее производство, и на основе интеграционной модели, создавать условия для воспроизводства капитала, что в конечном итоге позитивно отразится на общественной и потребительной ценности таможенной услуги в системе таможенного администрирования.

Библиографический список

1. Алчиан, А. и др. Вехи экономической мысли: в 3-х томах: хрестоматия / сост. и общ. ред. В. М. Гальперина. – СПб: Экономическая школа, 2000. – Т. 3: Рынки факторов производства. – 2000. – 496 с.
2. Голубева, А. А. Оценка порталов органов государственного управления на основе концепции общественной ценности // Научные доклады № 5(R)-2007. – СПб.: НИИ Менеджмента СПбГУ, 2007. – С. 40–45.
3. Карловская, Е. А. Сервисизация в секторе государственного управления: постановка проблем // Ученые записки Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета. – 2011. – № IV-2 (8). – С. 87–92.
4. Карловская, Е. А., Киричук, Л. А. Механизм формирования потребительной ценности государственной услуги // Вестник Тихоокеанского государственного университета. – 2012. – № 3 (26). – С. 159–168.
5. Маркс, К. Введение // Сочинения: в 50 т. – 2-е изд. / К. Маркс, Ф. Энгельс. – М.: Издательство политической литературы, 1954–1974. – Т. 46: [июль 1857 – март 1859], ч. I. – 1968. – 317 с.
6. Юлдашева, О. У., Трефилова, И. Н. Исследование глобальных цепочек ценности как основа построения эффективных бизнес-моделей // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. – 2016. – № 2. – С. 131–148.
7. Green, G., Grimsley, M., Stafford, B. The dynamics of neighbourhood sustainability. – York: Joseph Rowntree Foundation, 2005 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.jrf.org.uk/sites/default/files/jrf/migrated/files/1859353045.pdf> (дата обращения: 18.02.2021).
8. Kelly, G., Mulgan, G., Muers, S. Creating public value. The analytical framework to public sector reform. – Strategy Unit, 2002 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://annual-report.gov.uk/files/pdf/public_value2.pdf (дата обращения: 18.02.2021).

References

1. Alchian A. et al. *Cost. Milestones of economic thought: in 3 volumes: anthology*, compiled and general editorship by V. M. Gal'perin, St. Petersburg, Ekonomicheskaya shkola, 2000, Vol. 3. Markets of factors of production, 2000, 496 p. (In Russian).
2. Golubeva A. A. Evaluation of portals of public administration bodies on the basis of the concept of public value, *Scientific Reports No. 5(R)-2007*, St. Petersburg, NII Menedzhmenta SPbGU, 2007, pp. 40–45. (In Russian).
3. Karlovskaya E. A. Service management in the public administration sector: setting problems, *Scholarly Notes of Komsomolsk-na-Amure State Technical University*, 2011, no. IV-2 (8), pp. 87–92. (In Russian).
4. Karlovskaya E. A., Kirichuk L. A. The mechanism of formation of the consumer value of public services, *Bulletin of PNU*, 2012, no. 3 (26), pp. 159–168. (In Russian).
5. Marx K. Introduction, in *Essays in 50 volumes* by K. Marx, F. Engels, Second edition, Moscow, Izdatel'stvo politicheskoi literatury, 1954–1974, Vol. 46: [July 1857 – March 1859], Part I, 1968, 317 p. (In Russian).
6. Yuldasheva O. U., Trefilova I. N. Research of global value chains as a basis for building effective business models, *Corporate Governance and Innovative Economic Development of the North: Bulletin of Research Center of Corporate Law, Management and Venture Investment of Syktyvkar State University*, 2016, no. 2, pp. 131–148. (In Russian).
7. Green G., Grimsley M., Stafford B. *The dynamics of neighbourhood sustainability*, York, Joseph Rowntree Foundation, 2005. Available at: <https://www.jrf.org.uk/sites/default/files/jrf/migrated/files/1859353045.pdf> (accessed 18.02.2021).
8. Kelly G., Mulgan G., Muers S. *Creating public value. The analytical framework to public sector reform*, Strategy Unit, 2002. Available at: http://annual-report.gov.uk/files/pdf/public_value2.pdf (accessed 18.02.2021).