

# Применение искусственного интеллекта в службе поддержки клиентов авиакомпаний

## Application of Artificial Intelligence in Airline Customer Service

УДК 338

DOI: 10.12737/1998-0701-2024-10-10-22-28

**А.Г. Болдычева**, канд. экон. наук, доцент кафедры  
Экономика промышленности: учет, анализ, аудит,  
Московский авиационный институт

**e-mail:** informalla@yandex.ru

**A.G. Boldycheva**, Ph.D. in Law, Associate Professor,  
Department «Industrial Economics: Accounting, Analysis,  
Audit», Moscow Aviation Institute

**e-mail:** informalla@yandex.ru

**Аннотация.** В статье рассматривается сфера применения искусственного интеллекта для анализа поведения клиентов авиакомпаний, выявления их предпочтений, а также узких мест в коммуникации и службе поддержки клиентов. Ожидаемые тенденции и нововведения в использовании этих технологий включают развитие моделей глубокого машинного обучения, технологий распознавания и генерации речи (NLP), интеграцию с мультиканальными платформами, продвинутые аналитические инструменты и автоматизацию сложных задач. Внедрение данных технологий в службу поддержки клиентов авиакомпаний не только повышает эффективность и качество обслуживания, но и способствует созданию более персонализированного и адаптивного опыта для пассажиров. В условиях растущей конкуренции и ожиданий клиентов искусственный интеллект становится ключевым фактором, обеспечивающим устойчивое развитие и конкурентные преимущества авиакомпаний.

**Ключевые слова:** нейротехнологии, искусственный интеллект, авиационная отрасль, служба поддержки клиентов, маркетинг.

**Abstract.** The article examines the scope of artificial intelligence for analyzing the behavior of airline customers, identifying their preferences, as well as bottlenecks in communication and customer support. Expected trends and innovations in the use of these technologies include the development of deep machine learning models, speech recognition and generation (NLP) technologies, integration with multichannel platforms, advanced analytical tools and automation of complex tasks. The introduction of these technologies into airline customer support not only improves the efficiency and quality of service, but also helps to create a more personalized and adaptive experience for passengers. In the face of increasing competition and customer expectations, Artificial Intelligence is becoming a key factor in ensuring the sustainable development and competitive advantages of airlines.

**Keywords:** neurotechnology, Artificial Intelligence, aviation industry, customer service, marketing.

Развитие технологии искусственного интеллекта (ИИ) в службе клиентской поддержки авиакомпаний прошло долгий путь от простых чат-ботов до сложных систем, использующих машинное обучение и предиктивную аналитику. Современные технологии ИИ помогают компаниям улучшать взаимодействие с клиентами, повышать удовлетворенность и лояльность, а также снижать операционные затраты. Примеры внедрения ИИ в клиентскую поддержку демонстрируют значительные преимущества и перспективы дальнейшего развития этих технологий. Искусственный интеллект анализирует данные о поведении и предпочтениях пассажиров, создавая персонализированные предложения и маркетинговые кампании. Это повышает лояльность клиентов и стимулирует реализацию дополнительных

услуг, таких как повышение класса обслуживания, доступ в залы ожидания и т.д. Кроме того, системы ИИ помогают анализировать отзывы клиентов и их настроение. Это позволяет оперативно реагировать на негативные отзывы и улучшать качество обслуживания. Анализ настроений помогает авиакомпаниям лучше понимать ожидания клиентов и разрабатывать стратегии для повышения их удовлетворенности.

Одной из основных проблем службы поддержки в авиакомпаниях является долгое время отклика на запросы клиентов. В условиях высокой нагрузки и большого объема запросов время ожидания ответа может значительно увеличиваться. Это приводит к недовольству пассажиров и ухудшению их опыта взаимодействия с авиакомпанией. Прежде



всего это влияет на репутацию авиакомпании. Долгое время отклик вызывает негативные отзывы в социальных сетях и на платформах для отзывов. Недовольные клиенты могут распространять негативную информацию, что отпугивает потенциальных пассажиров. Клиенты предпочитают других авиаперевозчиков, а потеря клиентов и уменьшение числа повторных покупок напрямую влияют на доходы компании. Исследования показывают, что привлечение нового клиента обходится в 5–10 раз дороже, чем удержание существующего. Для восстановления репутации и привлечения новых клиентов авиакомпаниям приходится вкладывать дополнительные средства в маркетинг и PR-кампании, что увеличивает операционные расходы.

Другой значительной проблемой является низкая квалификация сотрудников службы поддержки или недостаток доступа к актуальной информации. Это может привести к неправильным или неполным ответам на запросы клиентов. Некачественные ответы или отсутствие решения проблемы снижают уровень доверия и удовлетворенности клиентов. Неправильная информация или ошибки в обслуживании могут стать причиной негативных отзывов и обсуждений в социальных сетях и на форумах. Авиакомпаниям приходится инвестировать больше средств в обучение и повышение квалификации сотрудников службы клиентской поддержки в целях улучшения качества обслуживания.

Кроме того, многие авиакомпании сталкиваются с проблемой недостаточной персонализации обслуживания. Стандартные и шаблонные ответы не учитывают индивидуальных потребностей и предпочтений клиентов. Клиенты ожидают персонализированного подхода и удовлетворения их индивидуальных потребностей. Шаблонные ответы и отсутствие внимания к клиенту формируют у него негативное впечатление о компании.

Очевидно, что все эти проблемы в работе службы поддержки клиентов оказывают значительное влияние на репутацию и экономические показатели авиакомпаний. Для решения этих проблем авиакомпаниям необходимо инвестировать в технологии ИИ, в обучение персонала и разработку персонализированных стратегий обслуживания, что позволит улуч-

шить качество обслуживания, повысить удовлетворенность клиентов и укрепить свою позицию на рынке.

Еще в 2000-х годах появились первые чат-боты, работающие на основе машинного обучения. Эти чат-боты могли анализировать естественный язык и предоставлять более точные и релевантные ответы на запросы клиентов. В это время началось активное внедрение ИИ в различные аспекты клиентской поддержки, включая автоматизацию рутинных задач и улучшение взаимодействия с клиентами. Современные системы ИИ используют машинное обучение и обработку естественного языка (NLP) для анализа запросов клиентов и предоставления ответов в режиме реального времени.

Искусственный интеллект значительно изменяет подход к работе служб поддержки клиентов, предоставляя авиакомпаниям возможности для повышения эффективности, улучшения качества обслуживания и снижения операционных затрат. Можно выделить следующие основные технологии ИИ, применяемые в данной сфере.

1. Чат-боты и виртуальные ассистенты используют технологии обработки естественного языка (NLP) для взаимодействия с клиентами в реальном времени. Чат-боты могут обрабатывать огромное количество запросов одновременно, отвечать на часто задаваемые вопросы, помогать в бронировании билетов, предоставлять информацию о статусе рейсов и решать множество других задач. Эти технологии позволяют значительно сократить время ожидания клиентов, обеспечивая мгновенный отклик и поддержку 24/7. Это приводит к повышению уровня удовлетворенности клиентов и снижению нагрузки на человеческий персонал. Например: KLM Royal Dutch Airlines использует чат-бот, который помогает клиентам с бронированием билетов и предоставлением информации о рейсах и поддержки в случае изменений в расписании. Этот чат-бот интегрирован с социальными сетями и мессенджерами, что позволяет клиентам получать помощь через удобные для них каналы [5].

2. Анализ настроений и тональности клиентов позволяет ИИ оценивать их эмоциональное состояние на основе сообщений, звонков или обратной связи. ИИ может ана-

лизировать отзывы клиентов в социальных сетях, на платформах для отзывов и в чатах с целью выявить позитивные и негативные настроения. Технологии NLP и машинного обучения анализируют текстовые и голосовые данные для того, чтобы определить, довольны ли клиенты предоставленными услугами. Понимание настроений клиентов помогает авиакомпаниям оперативно реагировать на негативные отзывы, принимать меры для улучшения сервиса и повышать лояльность клиентов. Это также способствует более персонализированному обслуживанию, что увеличивает удовлетворенность пассажиров. Например, Southwest Airlines использует ИИ для анализа настроений клиентов, что позволяет компании быстро выявлять и реагировать на негативные отзывы, улучшая таким образом общую удовлетворенность клиентов [4].

3. Предиктивная аналитика использует исторические данные и алгоритмы машинного обучения для прогнозирования будущих событий и тенденций. ИИ анализирует данные о поведении клиентов и предсказывает их потребности, что позволяет предлагать персонализированные услуги и улучшать качество обслуживания. В контексте службы поддержки клиентов она может предсказывать возможные проблемы и заранее предпринимать действия для их предотвращения. Применение предиктивной аналитики позволяет авиакомпаниям проактивно управлять проблемами, улучшать планирование и оптимизировать ресурсы. Это помогает сократить задержки и отмены рейсов, минимизировать операционные риски и улучшить общий опыт пассажиров. Например, United Airlines использует предиктивную аналитику для оптимизации управления персоналом и ресурсами. ИИ анализирует данные о полетах и предсказывает периоды повышенной нагрузки, что позволяет компании эффективно планировать работу сотрудников и избегать задержек [4].

4. Распознавание речи и голосовые помощники позволяют клиентам взаимодействовать с авиакомпанией с помощью голосовых команд. Эти системы используют глубокое обучение для точного понимания и выполнения запросов. Голосовые помощники делают процесс взаимодействия с клиентами более естественным и удобным, что особенно важно

для клиентов с ограниченными возможностями. Они также ускоряют процесс получения информации и выполнения задач по таким вопросам, как бронирование или изменение рейсов. Виртуальные ассистенты используют данные о клиентах для предоставления персонализированных рекомендаций и предложений. Например, Delta Airlines использует виртуального ассистента для предоставления информации о рейсах, статусе багажа и других услугах. Виртуальный ассистент интегрирован с голосовым помощником Amazon Alexa, что позволяет клиентам получать помощь с помощью голосовых команд [4].

5. Обработка и анализ больших данных (Big Data) позволяют собирать, хранить и анализировать огромные объемы информации, включая данные о поведении клиентов, операционные данные и внешние факторы. ИИ-алгоритмы могут выявлять скрытые закономерности и предоставлять ценные инсайты. Big Data и аналитика позволяют авиакомпаниям лучше понимать потребности и предпочтения клиентов, оптимизировать маркетинговые кампании, улучшать операционные процессы и принимать более обоснованные бизнес-решения. Технологии ИИ анализируют отзывы клиентов в социальных сетях, на платформах для отзывов и в чатах с тем, чтобы выявлять позитивные и негативные настроения. Это позволяет компаниям быстро реагировать на проблемы и улучшать качество обслуживания. Например, платформа Microsoft Azure Cognitive Services предлагает инструменты для анализа настроений, которые помогают компаниям понимать, как клиенты воспринимают их продукты и услуги, и принимать меры для улучшения качества обслуживания [1].

Для оценки эффективности внедрения искусственного интеллекта в службе поддержки клиентов используются различные методы и метрики. Эти методы помогают определить, насколько ИИ улучшает обслуживание клиентов, сокращает затраты и повышает общую удовлетворенность клиентов. Анализ эффективности ИИ в службе поддержки клиентов включает расчет ключевых показателей (KPI), оценку качества ответов, A/B тестирование, определение степени вовлеченности клиентов, а также производительности системы.



Анализ ключевых показателей эффективности (KPI) — это исследование таких показателей, как:

- время отклика (Response Time) — среднее время, которое требуется для ответа на запрос клиента;
- среднее время решения проблемы (Resolution Time);
- коэффициент разрешения (Resolution Rate) — процент запросов, успешно решенных с помощью ИИ без вмешательства человека;
- уровень удовлетворенности клиентов (Customer Satisfaction, CSAT), т.е. оценка клиентами качества обслуживания после взаимодействия с ИИ.

Эти показатели помогают оценить, насколько быстро и эффективно ИИ отвечает на запросы и решает проблемы клиентов [2, 6].

Время отклика (Response Time) до внедрения ИИ (среднее время отклика в традиционных системах поддержки клиентов) может значительно варьировать в зависимости от объема запросов. В период пиковых нагрузок время ожидания часто увеличивается. Например, до внедрения ИИ в Delta Airlines среднее время отклика на запросы клиентов составляло около 30 минут во время пиковых периодов. После внедрения ИИ значительно сократилось время отклика. Многие запросы обрабатываются мгновенно или в течение нескольких секунд. Например, после внедрения чат-бота Ask Delta время отклика на основные запросы клиентов сократилось до нескольких секунд, что значительно улучшило клиентский опыт [4].

Анализ качества ответов подразумевает семантический анализ и обратную связь с клиентом. Семантический анализ используется для оценки качества ответов, предоставляемых ИИ. Это включает в себя проверку правильности, полноты и релевантности ответов. Семантический анализ может выполняться с помощью технологии обработки естественного языка (NLP) для автоматического сравнения ответов ИИ с эталонными ответами. Обратная связь от клиентов — это сбор и анализ отзывов клиентов о качестве ответов ИИ. Это может включать опросы и анкетирование после взаимодействия с ИИ.

Качество ответов до внедрения ИИ зависело от квалификации операторов. В период высокой нагрузки качество обслуживания

могло снижаться из-за человеческого фактора и усталости. Например, в традиционной системе поддержки United Airlines нередко встречались случаи несоответствия информации или недостаточно полные ответы, что вызывало недовольство клиентов. После внедрения ИИ-системы предоставляют более точные и последовательные ответы, так как они основаны на анализе больших объемов данных и заранее запрограммированных сценариях. Например, внедрение ИИ-помощника в United Airlines позволило повысить точность и релевантность ответов, что подтвердили отзывы клиентов о повышении качества обслуживания [4].

Еще одним методом оценки эффективности работы искусственного интеллекта является A/B тестирование. Оно включает разделение клиентов на две группы, одна из которых взаимодействует с ИИ, а другая — с традиционной службой поддержки. Сравнение показателей двух групп позволяет оценить влияние ИИ на эффективность обслуживания. Например, исследование, в котором одна группа клиентов получает поддержку через чат-бота с ИИ, а другая — через операторов, позволяет выявить различия во времени отклика, в удовлетворенности клиентов и уровне решения проблем [2].

Анализ затрат и экономической эффективности прежде всего подразумевает оценку затрат на внедрение и обслуживание ИИ по сравнению с традиционной поддержкой. Это затраты на разработку, интеграцию, обучение и поддержку ИИ. Анализ экономической эффективности включает расчет возврата инвестиций (ROI) от внедрения ИИ. Сравниваются экономические показатели до и после внедрения ИИ, такие как снижение затрат на персонал, увеличение производительности труда и улучшение качества обслуживания [2].

Анализ вовлеченности клиентов предполагает использование статистики, т.е. измерение количества взаимодействий, обработанных ИИ, и анализ частоты использования различных функций ИИ. Анализ вовлеченности клиентов предполагает также оценку того, насколько активно клиенты используют ИИ и как это влияет на их общий опыт взаимодействия с компанией. Кроме того, можно провести анализ производительности системы с точки зрения технических возможностей. Он предполагает оценку скорости обработки за-

просов, устойчивости к сбоям и способности масштабироваться в условиях повышенной нагрузки. Мониторинг ошибок предполагает анализ частоты и причин ошибок в работе ИИ, что позволяет выявлять и устранять проблемы для улучшения качества обслуживания [6].

Эти методы позволяют компаниям эффективно оценивать влияние ИИ на клиентское обслуживание, выявлять области для улучшения и принимать обоснованные решения о дальнейшем развитии технологий ИИ.

Российские авиакомпании, такие как «Аэрофлот» и S7 Airlines, активно внедряют и используют методы анализа эффективности ИИ в своей работе. Эти методы включают ключевые показатели эффективности (KPI), семантический анализ, A/B тестирование, анализ затрат и экономической эффективности, анализ использования и вовлеченности клиентов, а также анализ производительности системы.

Так, «Аэрофлот» использует чат-боты и виртуальных ассистентов для обработки запросов клиентов и получения обратной связи. Также компания применяет KPI для оценки времени отклика и уровня удовлетворенности клиентов и A/B-тестирование для сравнения эффективности ИИ и традиционных методов обслуживания [3].

Авиакомпания S7 Airlines внедрила ИИ для анализа данных о полетах и для предсказания потребностей клиентов, использует предиктивную аналитику для оптимизации расписания полетов и управления ресурсами, а также применяет семантический анализ и анализ настроений для оценки качества ответов и улучшения обслуживания клиентов. Уровень удовлетворенности клиентов (Customer Satisfaction, CSAT) до внедрения ИИ был неоднородным и зависел от многих факторов, таких как квалификация операторов, время ожидания и качество ответов. Например, в S7 Airlines уровень удовлетворенности клиентов до внедрения ИИ составлял около 75%, что отражало существующие проблемы с долгим временем ожидания и качеством обслуживания. После внедрения ИИ значительно повысился уровень удовлетворенности клиентов за счет быстрого и точного ответа на запросы, а также персонализированного подхода. Например, после внедрения ИИ в S7 Airlines уровень удовлетворенности клиентов вырос до 90%, что связано с улучше-

нием качества обслуживания и снижением времени отклика.

Сравнительный анализ показывает, что внедрение ИИ в службу поддержки клиентов авиакомпаний значительно улучшает ключевые показатели: сокращает время отклика, повышает качество ответов и увеличивает уровень удовлетворенности клиентов.

В то же время внедрение ИИ требует значительных первоначальных инвестиций в разработку, интеграцию и обучение персонала. Высокие затраты на внедрение ИИ могут стать барьером для малых и средних авиакомпаний, которые не обладают достаточными финансовыми ресурсами для инвестиций в эти технологии. Интеграция ИИ с устаревшими системами и инфраструктурой может быть сложной и требовать дополнительных ресурсов и времени. Некоторым авиакомпаниям требуется значительное время и усилие для интеграции ИИ с существующими системами управления и базами данных. Кроме того, ИИ-системы могут стать целью кибератак, что требует дополнительных мер безопасности для защиты данных и предотвращения несанкционированного доступа. Авиакомпании должны инвестировать в кибербезопасность для защиты ИИ-систем от потенциальных угроз и атак, что увеличивает общие затраты на поддержку ИТ-инфраструктуры. Но несмотря на эти проблемы, успешные примеры внедрения ИИ в авиакомпании демонстрируют значительные преимущества и перспективы дальнейшего развития этих технологий.

С развитием технологий глубокого обучения модели ИИ станут еще более мощными и точными, что позволит лучше понимать и анализировать запросы клиентов на естественном языке (NLP). Новые модели ИИ, такие как GPT-4 и его последователи, смогут лучше понимать контекст запросов клиентов и предоставлять более релевантные и персонализированные ответы. Также ИИ будет интегрирован с различными каналами общения, такими как социальные сети, мессенджеры, голосовые помощники и приложения, обеспечивая единый опыт взаимодействия для клиентов. Например, авиакомпании смогут предоставлять поддержку через все популярные платформы, включая Telegramm, WhatsApp, Amazon Alexa и Google Assistant,



что повысит удобство для клиентов. ИИ будет использоваться для анализа данных о клиентах в реальном времени, что позволит компаниям быстрее выявлять тенденции и принимать меры для улучшения обслуживания. Развитие предиктивной аналитики позволит авиакомпаниям предсказывать потребности клиентов и предлагать им все более персонализированные услуги и рекомендации. С развитием ИИ чат-боты и виртуальные ассистенты смогут решать более сложные запросы клиентов, включая изменение бронирований, возврат билетов и обработку жалоб. ИИ сможет автоматически обрабатывать запросы на изменение маршрута или возврат билетов, сокращая время ожидания и улучшая опыт клиентов. ИИ будет использоваться для предоставления интерактивной поддержки с использованием видео и технологий дополненной и виртуальной реальности (AR/VR). Клиенты смогут получать визуальные инструкции и консультации через видеозвонки или использовать AR/VR для навигации по аэропорту.

Роль ИИ в будущем авиакомпаний и авиационной индустрии станет все более значительной. ИИ будет использоваться для оптимизации различных операционных процессов, включая управление персоналом, техническое обслуживание самолетов и управление воздушным движением. Например, автоматизация планирования работы экипажа и предиктивное обслуживание самолетов помогут снизить затраты и повысить надежность полетов. ИИ будет анализировать данные о полетах и предсказывать возможные риски, что позволит авиакомпаниям принимать превентивные меры для повышения безопасности. Пример: анализ данных о метеоусловиях и состоянии самолетов поможет избежать аварийных ситуаций и улучшить безопасность по-

летов. ИИ будет использоваться для предоставления персонализированных услуг, что повысит удовлетворенность клиентов и их лояльность. Авиакомпании смогут давать индивидуальные рекомендации по развлечениям на борту, выбору питания и другим услугам, основываясь на предпочтениях клиентов.

Для успешного внедрения ИИ необходимо предусмотреть инвестирование в обучение, развитие и повышение квалификации персонала. Это поможет им лучше понимать и использовать новые технологии. Важно обеспечить интеграцию ИИ с текущими системами управления и базами данных авиакомпаний. Это позволит улучшить качество обслуживания и обеспечить более эффективное управление данными. Необходимо регулярно анализировать работу ИИ-систем, выявлять и устранять ошибки, а также обновлять алгоритмы и базы данных для поддержания высокой точности и актуальности ответов. Особое внимание следует уделить обеспечению кибербезопасности для защиты ИИ-систем от потенциальных угроз и атак, что поможет обеспечить надежность и безопасность персональных данных клиентов.

Внедрение и оптимизация ИИ в службе поддержки клиентов авиакомпаний представляет значительный потенциал для улучшения ключевых показателей эффективности и повышения конкурентоспособности на рынке. Авиакомпании, успешно интегрирующие ИИ в свою деятельность, получают значительные преимущества и смогут предоставить своим клиентам более качественные и персонализированные услуги. Использование ИИ в службе клиентской поддержки авиакомпаний позволяет автоматизировать рутинные задачи, улучшать качество обслуживания и повышать удовлетворенность клиентов.

## Литература

1. Билан М. Как генеративный ИИ революционизирует авиационную отрасль / IT-компания MASTER.OF.CODE. — URL: <https://masterofcode.com/blog/generative-ai-chatbots-for-airline-and-airport-industry>
2. В России 14 компаний, которые представляют услуги искусственного интеллекта! / IT-компания TECH BEHEMOTHS. — URL: <https://techbehemoths.com/companies/artificial-intelligence/russia>

3. *Нареш П.Р.* Блокчейн-прорывы, меняющие авиационную индустрию / IT-компания VIRTUSA. — URL: <https://www.virtusa.com/insights/perspectives/blockchain-breakthroughs-that-are-changing-the-airline-industry>
4. *Сеннаар К.* Как 4 крупнейшие авиакомпании используют искусственный интеллект / Маркетинговая компания EMERJ. — URL: <https://emerj.com/ai-sector-overviews/airlines-use-artificial-intelligence/>
5. *Терехов В.* Будущее авиакомпаний: как искусственный интеллект и автоматизация революционизирует авиационную отрасль / Консалтинговая IT-компания ATTRACT GROUP. — URL: <https://attractgroup.com/blog/how-ai-and-automation-are-revolutionizing-the-aviation-industry/>
6. Топ-10 российских стартапов в области искусственного интеллекта / IT-компания NANALYZE. — URL: <https://www.nanalyze.com/2018/06/10-russian-artificial-intelligence-startups/>

## ДОРАБОТКА НАЛОГОВОЙ РЕФОРМЫ: ЗАКОН ОПУБЛИКОВАН

*Закон уточняет ряд параметров налоговой реформы. Корректировки затрагивают НДФЛ, страховые взносы, налог на прибыль и др. Большинство изменений заработают с 2025 года. Расскажем об основных.*

### НДФЛ

Для физлиц ввели освобождение от уплаты НДФЛ с материальной выгоды от экономии на процентах по договорам займа или кредита. Льготу можно получить, если соблюден ряд условий:

- кредит либо заем взят на новое строительство или покупку жилья, земельных участков под этим жильем и участков для ИЖС либо на рефинансирование (перекредитование) таких кредитов (займов);
- договор заключили до 31 декабря 2024 года;
- есть право на имущественный вычет на покупку или строительство жилья.

Поправки уже заработали.

### Страховые взносы

Со следующего года действует повышенный с 1 до 1,5 МРОТ лимит по выплатам физлицам, если субъекты МСП применяют пониженные тарифы взносов в размере 15%.

### Налог на прибыль

С 2025 года будут такие изменения:

- разрешат амортизировать ОС и НМА, по которым решили применить федеральный инвестиционный вычет;
- запретят такой вычет по ОС и НМА, при формировании первоначальной стоимости которых с 1 января 2025 года применяют повышающий коэффициент 2;
- увеличат ставку налога с 15 до 20% по доходам от процентов по государственным и муниципальным ценным бумагам, а также обращающимся облигациям российских организаций. С учетом повышения общей ставки налога на прибыль до 25% льгота для таких доходов сохранится на прежнем уровне.

### Туристический налог

Со следующего года обеспечат взимание туристического налога в виде единого налогового платежа. Цель — повысить эффективность исполнения обязанности по уплате налога, а также снизить издержки налогоплательщиков.

### УСН

В НК РФ будут такие изменения:

- установят коэффициент-дефлятор на 2025 год в размере 1;
- освободят отдельных налогоплательщиков на УСН от составления счетов-фактур для снижения административной нагрузки;
- изменят порядок уплаты налога при УСН, если налогоплательщик встал на учет в другом субъекте, где ставка ниже. В этом случае нужно уплачивать налог по старой ставке в течение 3 лет. Цель — исключить необоснованное перемещение бизнеса в субъекты, где действуют пониженные ставки по УСН;
- запретят учитывать в расходах туристический налог плательщикам УСН с объектом «доходы минус расходы».

Также при нарушении лимита право применять УСН будет прекращаться с начала месяца (сейчас с начала квартала), в котором это нарушение произошло.

### Акцизы

Со следующего года действуют такие изменения:

- увеличат ставки акцизов на этиловый спирт, продукцию со спиртом, алкоголь с долей спирта свыше 18%, сидр, пиво и др. Повысят ставки, которые установили на 2025 год с индексацией. Цель — снизить потребление алкоголя до 2030 года и далее;
- квас с содержанием этилового спирта до 1,2% включительно признают подакцизным напитком;
- поднимут ставки акцизов на сигареты и папиросы в части адвалорной составляющей;
- проиндексируют ставки на сахаросодержащие подакцизные напитки с 7 до 10 руб. за литр с сохранением критериев отнесения их к подакцизным. Цель — снизить потребление сахаросодержащих напитков населением.

Документ:

Федеральный закон от 29.10.2024 N 362-ФЗ  
<https://www.consultant.ru/legalnews/26756/>  
 29 октября 2024 г.

