

УДК 316.334.22

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭФФЕКТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ  
ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНОВ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ***А.С. Николаев<sup>1</sup>, А.А. Антипов<sup>1</sup>, М.Н. Прокопьева<sup>1</sup>*<sup>1</sup>Университет ИТМО

Адрес для переписки: nikand@itmo.ru

**Информация о статье:**

Поступила в редакцию 17.12.2019, принята к печати 20.03.2020

Язык статьи – русский

**Ссылка для цитирования:** Николаев А.С., Антипов А.А., Прокопьева М.Н. Перспективы развития эффективного взаимодействия таможенных органов с общественностью // Экономика. Право. Инновации. 2020. № 1. С. 23–29.

**Аннотация:** Статья посвящена рассмотрению особенностей взаимодействия таможенных органов с общественностью и средствами массовой информации (далее – СМИ) в России. На сегодняшний день не уделяется должного внимания данной сфере несмотря на то, что медиа способны активно влиять на восприятие населением таможенной службы и государственных служащих, в том числе и таможенников, а также способствовать формированию того или иного имиджа таможенных органов в глазах общественности. Все это напрямую воздействует не только на уровень доверия таможенной сфере и государственным структурам в целом, но и может оказать помощь в работе над сокращением количества совершаемых правонарушений в области таможенного дела. В процессе исследования был проведен социологический опрос. Его целью являлось определение фактического отношения граждан к деятельности таможенных органов и их должностных лиц, а также к информации о такой деятельности, распространяемой в СМИ. Научная новизна исследования заключается в том, что была проанализирована практика взаимодействия таможенных служб Швеции, Соединенных Штатов Америки (далее – США) и Республики Беларусь (далее – РБ) с представителями медиасферы и общественностью, рассмотрены особенности и порядок информирования граждан о нормах таможенного законодательства и деятельности таможенных органов. Помимо этого, выявлены структурные подразделения таможенных органов, в компетенцию которых входит освещение новостей таможенной сферы, и составлена соответствующая схема. Актуальность данной работы объясняется выявленной заинтересованностью общества в информации о деятельности таможен и происходящих изменениях в таможенной сфере по причине недостаточности таких материалов в СМИ. На основе результатов опроса и положительного опыта зарубежных государств разработаны возможные пути развития более тесного взаимодействия таможенных органов с населением и СМИ, а также формирования позитивного имиджа таможенной службы в глазах общественности в целях повышения эффективности деятельности таможенных органов.

**Ключевые слова:** взаимодействие таможенных органов с общественностью, освещение таможенной сферы в СМИ, отношение общества к деятельности таможен, формирование имиджа таможенной службы, зарубежный опыт, общественные отношения, новости таможенной сферы, коммуникационные связи

**THE PROSPECTS FOR DEVELOPMENT OF EFFECTIVE  
CUSTOMS AUTHORITIES INTERACTION WITH THE PUBLIC***A. Nikolaev<sup>1</sup>, A.A. Antipov<sup>1</sup>, M. Prokopeva<sup>1</sup>*<sup>1</sup>ITMO University

Corresponding authors: nikand@itmo.ru

**Article info:**

Received 17.12.2019, accepted 20.03.2020

Article in Russian

**For citation:** A. Nikolaev, A. Antipov, M. Prokopeva. The prospects for development of effective customs authorities interaction with the public. *Ekonomika. Pravo. Innovacii*. 2020. No. 1. pp. 23–29.

**Abstract:** The article is devoted to peculiarities of interaction of customs authorities with the public and mass media in Russia. Today the proper attention has not been paid to this area, despite the fact that the media can actively influence the society perception of customs service and customs officers, as well mass media can contribute to the formation of customs authorities certain image in the public eye. All of these facts directly affect not only the level of confidence in the customs sphere and the state structures, but also can assist in the work on reducing the number of customs offences. During the working process a sociological survey was conducted. Its purpose was to determine the actual citizens' attitude towards the customs authorities' activities and the information about these activities which is disseminated in the media. The scientific novelty of the study is that the interaction practice between the customs services of Sweden, the United States of America and the Republic of Belarus with the media sphere and the public was analyzed. Also, the peculiarities and procedure of informing citizens about the norms of customs legislation and the customs authorities' activities were considered. In addition, the customs structural divisions responsible for reporting customs news were identified. The relevance of this work is determined by the revealed interest of the society in getting information about the activities of customs and existent changes in the customs sphere because of the lack of such materials in the media. In the article on the basis of the results of the survey and the positive experience of foreign countries the possible ways of developing the closer cooperation between customs authorities and the public with the media have been offered, as well as the ways to form a positive customs service image in the public eye in order to increase the efficiency of customs authorities.

**Keywords:** interaction of customs authorities with the public, the customs sphere coverage of in mass media, the society attitude to the customs activity, formation of the customs service image, foreign experience, public relations, the customs sphere news, communication relations

**Введение.** Интеграция экономик государств в мировое хозяйство – одна из важнейших задач, стоящих перед странами в настоящее время. Способствовать такому интегрированию российской экономики призваны таможенное дело и таможенная политика России. Она служит в современных условиях целям обеспечения и реализации внешнеэкономических задач и защиты экономических интересов страны, а также является одним из активных средств в осуществлении ее внешнеэкономической деятельности (далее – ВЭД). Взаимодействие граждан с общественными институтами в цифровой среде является важным условием эффективного экономического развития государства [8].

Тем не менее, значимую роль во всей этой системе играет и взаимодействие таможенных органов с общественностью. Именно населением формируется общее отношение как к таможенной службе в целом, так и к отдельно взятым таможенникам, формируется уровень и степень доверия к таможенным органам со стороны физических лиц и участников ВЭД [1, 2]. Поэтому важную роль занимает совместная работа и сотрудничество со СМИ, а также деятельность соответствующих подразделений таможенных органов, которые информируют заинтересованных лиц об изменениях в сфере таможенного дела, сообщают важные новости и доводят до них иную информацию.

В настоящее время не уделяется должного внимания данной сфере, несмотря на то, что медиа способны активно влиять на восприятие населением таможенной службы и государственных служащих, в том числе и таможенников, а также способны способствовать формированию того или иного имиджа ТО в глазах общественности. Это влияет не только на уровень доверия таможенной сфере и государственным структурам, но и на количество совершаемых правонарушений в области таможенного дела.

**Постановка задачи.** Целью исследования являлась разработка возможных путей развития более тесного взаимодействия таможенных органов с населением и СМИ, а также формирования позитивного имиджа таможенной службы в глазах общественности в целях повышения эффективности деятельности таможен.

**Методика исследования.** В данной работе методами исследования являются: анализ, сравнение, синтез и статистические методы. Социологический опрос проводился в период с 19 по 29 ноября 2019 года среди жителей Санкт-Петербурга и Ленинградской области возрастом от 16 до 48 лет. Всего было опрошено 122 человека.

**Полученные результаты.** В структуре таможенных органов России выделяются подразделения по связям с общественностью (Рисунок 1).



Рисунок 1. Структура подразделений по связям с общественностью в таможенных органах России (авторская разработка)

Так, на уровне Федеральной таможенной службы (далее – ФТС) России в соответствии с Положением о Федеральной таможенной службе, утвержденным Постановлением Правительства Российской Федерации от 26 июля 2006 г. № 459, было создано Управление по связям с общественностью [6].

Взаимодействие со СМИ на уровне ФТС России осуществляет Пресс-служба ФТС России.

Помимо этого, в компетенцию данного структурного подразделения входят следующие обязанности:

- публикация новостей, связанных с деятельностью ФТС России, а также новостей о важных событиях в других таможенных органах на официальном сайте ФТС России;
- размещение видеороликов об основных достижениях таможенной службы России, начиная с 2014 года, и фотоотчетов с мероприятий и таможенных форумов;
- издание журнала «Таможня», освещающего актуальные новости таможенной сферы, различные статистические данные и прогнозы по дальнейшему развитию таможенной службы;

– составление схем, иллюстрирующих таможенное законодательство;

– проведение среди участников ВЭД опросов, касающихся их удовлетворенности предоставляемыми таможенными услугами. Так, по результатам отчетов за 2018 год 85% опрошенных довольно предоставляемыми им услугами [2].

Тем не менее, на наш взгляд, опросов одних лишь участников ВЭД недостаточно для составления полной картины реальной эффективности деятельности таможенных органов. Следует учитывать мнение и физических лиц, пересекающих таможенную границу, перемещающих через нее товары или же интересующихся новостями таможенной сферы.

В целях выявления фактического отношения граждан к деятельности таможенных органов в целом и к информации о такой деятельности, распространяемой в СМИ, был проведен социологический опрос на тему «Оценка освещения новостей таможенной сферы в СМИ».

Опрос проводился в период с 19 по 29 ноября 2019 года среди жителей Санкт-Петербурга и Ленинградской области воз-

растом от 16 до 48 лет. Количество респондентов составило 122 человека.

Вопросы касались уровня удовлетворенности опрашиваемых количеством информации в СМИ о таможенной сфере, качеством взаимодействия таможенных органов с гражданами и других особенностей публикуемых материалов (рисунок 2).

Так, почти половина респондентов считает, что в медиа недостаточно информации о деятельности таможни, и им хотелось бы встречать больше таких новостей.

По мнению опрошенных, чаще всего встречаются оперативные новости о деятельности таможни, касающиеся пресечения/обнаружения таможенных правонарушений при перемещении товаров через границу (38%). 23% в последнее время видели информацию о произошедших резонансных событиях в таможенной сфере, а 10% респондентов обращали свое внимание на новости о результатах деятельности таможенных органов за определенный период времени.



Рисунок 2. Результаты социологического опроса на тему «Оценка освещения новостей таможенной сферы в СМИ»

Если анализировать тон публикаций, которые встречали опрошенные, то материалы чаще всего стилистически нейтрально окрашены (28%). При этом негативного тона информацию видело 23% опрошенных, а позитивного – 21%.

Новости таможенной сферы довольно редко встречаются в медиа: более половины респондентов встречало такую информацию лишь в течение года. 24% видели материалы за последний месяц, и только 2% за последнюю неделю. Учитывая, что опрошенные явно заинтересованы в получении большего количества информации о деятельности таможенных органов, необходимо более тесное взаимодействие таможен с представителями СМИ.

При этом почти 60% респондентов материалы о таможенной сфере видят в сети Интернет. Получают информацию из телепередач 20%, а в газетах и блогах новости встречаются в совокупности 3% опрошенных.

Помимо прочего, важно было выявить отношение граждан к деятельности таможенных органов. 40% респондентов считают, что должностные лица исполняют свои обязанности удовлетворительно, 39% не удовлетворены деятельностью таможенников. Никто из опрошенных высоко не оценил работу таможенных органов. Соответственно, можно сделать вывод о том, что существуют препятствия для формирования положительного имиджа таможен и их должностных лиц. Как следствие, уровень доверия общественности к таможенным органам остается низким.

Как было упомянуто ранее, Пресс-служба ФТС России разрабатывает пояснения к таможенному законодательству в виде схем для того, чтобы всем заинтересованным лицам были понятны особенности норм, касающихся перемещения товаров через таможенную границу, а также для сокращения количества нарушений таможенного законодательства по причине неосведомленности. В связи с этим респондентам был задан вопрос о том, сталкивались ли они с трудностями в понимании и применении норм таможенного законодательства. У 56% опрошенных так или иначе возникали вопросы: консультированием, осуществляемым таможенными органами, воспользовалось 10%

респондентов; 30% обратилось к иным источникам информации, а 16% не знают, где найти нужные сведения.

Таким образом, работы, проводимой Пресс-службой ФТС России, для пояснения норм таможенного законодательства недостаточно. При этом за 2018 год, было возбуждено более 8000 дел об АП (в отношении юридических лиц – 4 608 дел об административных правонарушениях, а в отношении физических лиц – 3 486 дел) [2].

Логично предположить, что часть этих правонарушений была совершена лишь по причине неосведомленности о соответствующих нормах таможенного законодательства.

Вероятно, повысить правовую грамотность способно помочь создание соответствующих телепередач по примеру Швеции и США, где на регулярной основе выпускаются телепрограммы о деятельности таможенных органов, а также телепередачи, выпускаемые с целью повышения правовой грамотности граждан при применении таможенных норм [4, 5].

Помимо этого, согласно результатам опросов, наблюдается интерес общественности к освещению таможенной сферы, поэтому соответствующие телепередачи будут всегда иметь определенный круг зрителей.

Также если последовать примеру США, где выпускается реалити-шоу, которое позволяет увидеть изнутри особенности работы в Таможенно-пограничной службе США (порядок проведения таможенного контроля и особенности выявления контрабанды при пересечении границы), то, вероятно, это способно повысить и уровень доверия общественности к таможенным органам в России [7].

Соответственно, создание телепередач, связанных с деятельностью таможен и таможенным законодательством, может помочь не только в удовлетворении интереса общественности, но и в повышении уровня доверия к таможенным органам, а также повышении правовой грамотности населения.

Помимо этого, необходимо регулярно проводить анализ отношения общественности к деятельности таможен и изучать имидж таможни, например, путем проведения опросов как участников ВЭД, так и фи-

зических лиц. Такая практика активно применяется в РБ [3]. Вопросы могут быть направлены на выявление уровня удовлетворенности населения таможенной инфраструктурой и выполнением должностными лицами своих функций и обязанностей. Эта информация способна стать основой разработки нормативных правовых актов по совершенствованию и повышению эффективности деятельности таможенных органов.

Также по результатам опросов в СМИ довольно редко встречаются новости, связанные с таможенной сферой. При этом нередко такие материалы носят негативный тон, что безусловно влияет на отношение общества к таможенным органам и таможенникам в целом. Соответственно, важно развивать более тесные и устойчивые связи с представителями СМИ. Возможно, это должно включать в себя выбор наиболее подходящих изданий, теле-/радиоканалов, последующее активное взаимодействие с этими СМИ. По итогу поддержание благоприятных отношений с медиа способно также внести вклад в формирование положительного имиджа таможенной сферы.

Укрепление связей с населением, в свою очередь, способно помочь повысить эффективность деятельности таможенных органов. Например, границы с государствами-членами Евразийского экономического союза открытые, и их незаконное пересечение и контрабанду невозможно пресечь без поддержки местного населения.

Как бы добросовестно ни выполняли свои обязанности должностные лица таможенных органов, они физически не в состоянии перекрыть такое большое пространство. Местному же населению практически все известно о том, что происходит на границах.

#### Список литературы:

1. Виниченко А.А. Модели информационного взаимодействия участников общих процессов Евразийского экономического союза в таможенной сфере // Экономика. Право. Инновации. 2018. № 5. С. 75–78.
2. Итоговый доклад о результатах и основных направлениях деятельности ФТС России в 2018 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://customs.ru/activity/results/itogovye-doklady-o-rezul-tatax-deyatel-nosti>

Однако эта информация далеко не всегда доходит до таможенников вследствие отсутствия тесного взаимодействия между ними.

**Выводы.** На основе результатов опроса и положительного зарубежного опыта были разработаны следующие перспективные направления в области взаимодействия таможенных органов с общественностью:

1. Создание телепрограмм, освещающих таможенную сферу, по примеру зарубежных стран.

2. Регулярный анализ отношения общества к деятельности таможенных органов и их должностных лиц, изучение имиджа таможенники.

3. Развитие более тесных и устойчивых связей с представителями СМИ, а также последующее активное взаимодействие с ними.

4. Укрепление связей с населением путем содействия повышению уровня доверия общественности к таможенным органам.

Таким образом, медиасфера вносит огромный вклад в то, какой образ таможенной службы формируется в глазах общественности. Соответственно, возникает необходимость учитывать существующее отношение населения к таможенным органам, а также удовлетворять запросам общественности в информации в условиях существующего приоритетного направления повышения степени прозрачности государственных структур, в том числе и таможенной сферы. Предложенные в работе направления совершенствования области таможенного дела способны не только удовлетворить интерес населения и повысить уровень доверия общества к таможенным структурам, но и внести вклад в повышение эффективности деятельности таможенных органов и их должностных лиц в целом.

#### References:

1. A. Vinichenko. Models of information interaction between participants of the common processes of the Eurasian economic Union in the customs sphere. *Ekonomika. Pravo. Innovacii*. 2018. No. 5. pp. 75–78. (in Rus)
2. The final report on the results and the main activities of FCS of Russia in 2018. Available at: <http://customs.ru/activity/results/itogovye-doklady-o-rezul-tatax-deyatel-nosti> (in Rus)

3. Официальный сайт Государственного таможенного комитета РБ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.customs.gov.by/ru/vote-ru/>
4. Официальный сайт таможенной службы Швеции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tullverket.se/> (in Eng)
5. Официальный сайт таможенно-пограничной службы США [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cbp.gov/> (in Eng)
6. Постановление Правительства РФ от 26.07.2006 № 459 «О Федеральной таможенной службе» // Электронно-правовая система «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)
7. Border Security: America's Front Line [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.imdb.com/title/tt9740998/> (in Eng)
8. Maximova T., Antipov A., Verzilin D., Nikolaev A., Gorovykh E. Anthropological Foundation of Digital Culture: To the Problem of «Ecology Worldview» // Proceedings of the 32-nd International Business Information Management Association Conference, IBIMA 2018. – Vision 2020: Sustainable Economic Development and Application of Innovation Management from Regional expansion to Global Growth. 2019. pp. 5292–5304 (in Eng)
3. Official website of the State customs Committee of the Republic of Belarus. Available at: <http://www.customs.gov.by/ru/vote-ru/> (in Rus)
4. Official website of the Swedish customs service. Available at: <https://www.tullverket.se/>
5. Official website of U.S. Customs and Border Protection. Available at: <https://www.cbp.gov/>
6. Resolution of the Government of the Russian Federation of 26.07.2006 No. 459 «About the Federal Customs Service». Available at: [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru) (in Rus)
7. Border Security: America's Front Line [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.imdb.com/title/tt9740998/>
8. Maximova T., Antipov A., Verzilin D., Nikolaev A., Gorovykh E. Anthropological Foundation of Digital Culture: To the Problem of «Ecology Worldview» // Proceedings of the 32-nd International Business Information Management Association Conference, IBIMA 2018. – Vision 2020: Sustainable Economic Development and Application of Innovation Management from Regional expansion to Global Growth. 2019. pp. 5292–5304