

является сфера торговли услугами, которая пока недостаточно изучена на предмет наличия препятствий [2]. Значимой областью является также энергетическая политика, так как по статистике именно в этой сфере наблюдается большая часть ограничений на внутреннем рынке ЕАЭС.

В качестве заключения можно отметить, что успешное развитие интеграционных процессов зависит в первую очередь от всестороннего стремления государств-членов соблюдать законодательство ЕАЭС и нормы международного права. В связи с этим по-прежнему открытым остается вопрос об ответственности государств-членов за выполнение взятых на себя обязательств в рамках ЕАЭС.

Список использованных источников

1. Договор о Евразийском экономическом союзе [Электронный ресурс] : подписан в г. Астане 29 мая 2014 г. : ред. от 24 марта 2022 г. // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Минск, 2023.

2. Барьеры, изъятия и ограничения Евразийского экономического союза [Электронный ресурс] : доклад Евразийской экономической комиссии, 2016 // Портал общих информационных ресурсов и открытых данных ЕАЭС. – Москва, 2023.

3. EU single market : Boosting growth and jobs in the EU [Electronic resource] : Briefing of the European Union, 22 dec. 2017 // The official website of the European Parliament. – Brussel, 2023

4. О ситуации по устранению препятствующих функционированию внутреннего рынка Евразийского экономического союза барьеров для взаимного доступа, а также изъятий и ограничений в отношении движения товаров, услуг, капитала и рабочей силы [Электронный ресурс] : аналитический доклад Евразийской экономической комиссии, 2015 // Портал общих информационных ресурсов и открытых данных ЕАЭС. – Москва, 2023.

5. Портал общих информационных ресурсов и открытых данных ЕАЭС : [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://opendata.eaeunion.org/> – Дата доступа: 09.12.2023.

6. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза [Электронный ресурс] : 17 нояб. 2017 г., № 2/2497 : ред. от 29 мая 2019 г. : с изм. от 18 март. 2023 г. // Консультант-Плюс. Россия / ЗАО «Консультант Плюс». – М., 2023.

УДК 339.543

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА СОТРУДНИКА ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНОВ

Ковалевская Ю. Д.

Потапова Н. В., к. э. н., доцент

Брестский государственный технический университет, г.Брест, Республика Беларусь

Аннотация. В статье рассматриваются основные проблемы формирования позитивного имиджа таможенной службы, проводится анализ представлений различных социальных групп о деятельности таможни, а также определяются основные пути решения данных проблем

Ключевые слова: позитивный имидж, таможенная деятельность, идеологическая работа, социальная группа, престиж.

MAIN PROBLEMS OF FORMING A POSITIVE IMAGE OF A CUSTOMS SERVICE

Kovalevskaya Y. D.

Potapova N. V., Ph.D., Associate Professor

Brest State Technical University, Brest, Republic of Belarus

Annotation. The article discusses the main problems of forming a positive image of the customs service, analyzes the views of various social groups about the activities of customs, and also determines the main ways to solve these problems.

Key words: positive image, customs activities, ideological work, social group, prestige.

Позитивный имидж таможенной службы является одним из важных элементов, обеспечивающих устойчивость и стабильность системы таможенных органов. Сотрудники таможни первыми встречают лиц иностранных государств при пересечении границы, деятельность таможни имеет также большое влияние на международную торговлю. Сотрудники таможенных органов в рамках своей служебной деятельности взаимодействуют с гражданами, представителями бизнеса и органов государственной власти зарубежных стран. Можно сказать, что таможенные органы в определенной степени являются лицом нашего государства. Поэтому им необходимо иметь высокую репутацию и позиционировать позитивные черты своего имиджа, так как имидж таможенных органов оказывает прямое влияние на международный престиж государства.

Актуальность и значимость данной проблемы обусловлена невысоким престижем и рейтингом в обществе таможенной службы, возрастающими психологическими, моральными и физическими нагрузками на сотрудников, а также недостаточной эффективностью информационного и психолого-педагогического обеспечения деятельности сотрудников таможни.

Целью данной работы является анализ представлений о деятельности таможни различных групп населения, выявление проблем в формировании престижа таможенных органов, существующих на данный момент, а также поиск возможных способов решения этих проблем.

Имидж таможенного служащего можно представить, во-первых, в виде определенного набора качественных характеристик, формирующих его статусный облик, во-вторых, в виде имиджевых преимуществ по сравнению с другими социальными категориями общества, в-третьих, в контексте особенностей реализации функций, делегированных государственными органами власти [1].

Имидж служащего таможенных органов выступает необходимым критерием оценки эффективности управленческой деятельности. Он фиксирует степень соответствия действий государственного органа требованиям и ожиданиям конкретных социальных групп и общества в целом. Именно политический имидж таможни формирует у граждан ориентацию на сотрудничество с ее представителями, либо, напротив, может сформировать в их сознании установку на ее отторжение, нежелание вступать в какое-либо взаимодействие с государством.

Морально-психологическая неподготовленность к действиям в экстремальных ситуациях части сотрудников, эмоциональные срывы, растерянность, неумение преодолевать повседневные трудности служебной деятельности отрицательно сказываются на качестве выполнения задач и таким образом негативно влияют на имидж таможенной системы в целом [2]. Зачастую также общество уверено, что в таможенных структурах высокий уровень бюрократии, высокий уровень коррупции, недостаточно внимания уделяется проблемам и интересам граждан.

С целью выявления представлений и стереотипов о деятельности белорусской таможни было выбрано 6 целевых групп и проведен опрос. При этом выделены все возможные заинтересованные стороны, начиная от школ до субъектов экономики. На уровне средней школы были опрошены учащиеся старших классов профильных таможенных и не таможенных классов. На уровне университета опрос проводился среди студентов специальности «Таможенное дело» и студентов иных специальностей. На уровне субъектов экономики также были выделены работники, связанные с таможенной и внешнеэкономической деятельностью и не связанные с данной сферой.

Из возможной массы вопросов для оценивания были выделены аспекты:

1. Понимание сути профессиональной деятельности.
2. Внешняя визуализация.
3. Стереотипизация представлений.
4. Личное восприятие на основе повседневного опыта.
5. Оценка значимости профессиональной деятельности.

На основе данных, полученных в ходе исследования можно сделать следующие выводы. Более 50 % опрошенных правильно определили профессиональную роль таможенной службы. Наиболее высокие показатели (~80 %) наблюдаются у целевых групп, связанных с таможенной деятельностью. Однако остальной процент ответов (~30 %) распространился на определение роли пограничной службы. Поэтому при проведении идеологической и информационной работы необходимо делать акцент на отличительных чертах должностных обязанностей таможни по сравнению с пограничной службой.

Работу в направлении внешней визуализации отличительных черт сотрудников таможни по форменной одежде можно оценить, как эффективную, так как в большинстве случаев более 85 % дали правильный ответ.

Важно отметить, что молодое поколение, а также субъекты экономики, связанные таможенной и внешнеэкономической деятельностью, имеют более позитивные представления о деятельности таможенных органов (~80 %) и в значительно меньшей степени подвергнуты стереотипизации мышления. Это говорит о высоком уровне осознанности, информированности и эффективности идеологической работы среди данных субъектов. Однако необходимо также усилить информационные потоки для разрушения стереотипов и формирования позитивных представлений о таможенной деятельности среди иных социальных групп, непосредственно не связанных с таможенной деятельностью.

По результатам опроса при восприятии конкретной неблагоприятной ситуации на таможенной границе большинство (более 75 %) опрошенных среди субъектов таможенной деятельности посчитали, что причиной такого поведения являются личные качества сотрудника, а не культура таможенной организации. Следует отметить, что на результаты ответов большое влияние оказывает личный опыт при прохождении таможенной границы. Можно заметить, что на личное восприятие конкретных действий сотрудников таможни также влияет уровень профессиональной подготовки, так как понимание особенностей, принципов и законодательной базы проведения определенных таможенных процедур помогает более объективно оценить конкретную ситуацию. Для улучшения показателей следует повысить осведомленность общества о порядке проведения конкретных процедур, а также уделить внимание этике общения сотрудников и их эмоциональному состоянию.

Наконец, наблюдается возрастание понимания важности таможенной деятельности. Более 85 % опрошенных практически всех социальных групп определили таможенную службу как «очень важную» для государства и общества. Это обусловлено сложной внешнеполитической ситуацией и санкционным давлением со стороны соседних стран [3].

Таким образом, имидж таможенной службы выступает в роли своеобразного фиксатора того, в какой степени действия государственных органов власти соответствуют интересам и ожиданиям определенных социальных групп и слоев [4]. Значение политического имиджа заключается в том, что он определяет степень поддержки власти со стороны населения, а также отражает уровень доверия и эффективность деятельности государственного органа.

Таким образом, для повышения престижа и формирования позитивного имиджа таможенной службы следует:

- Повысить требования к внешним данным (фигура, физическая подготовка, форма одежды и др.) работников таможенной службы, в особенности тех, которые чаще всего контактируют с гражданами.

- Привлекать к формированию позитивного имиджа таможни специалистов в области социологии, психологии, педагогики и т. д.

- Наладить различные формы контактов между таможнями и учебными заведениями, осуществляющими подготовку специалистов для таможенных органов, например, в форме регулярных соревнований между спортивными командами, общих вечеров отдыха и т. п.

- Учитывать при подведении итогов служебной деятельности и аттестации работников таможен общественное мнение, отзывы населения и представителей субъектов хозяйствования о работе таможни и конкретных сотрудников [5].

- Популяризировать творчество работников таможенных органов. Например, организация выставок, творческих вечеров, презентации произведений работников таможенных органов и освещение этих мероприятий в средствах массовой информации.

- Пропагандировать интеллектуальный потенциал таможенной системы, демонстрировать, что в системе таможенных органов работают специалисты, опыт которых позволяет компетентно действовать в любых сложных и экстремальных ситуациях.

- Показывать использование таможенными органами лучших достижений технического прогресса, новых технологий.

Таким образом, так как имидж представляет собой один из каналов связи таможенных органов и общества, формирование позитивного имиджа государственных гражданских служащих выступает неперенным условием оптимизации деятельности государственных органов и системы государственной службы в целом.

Список использованных источников

1. Савина, С. В. Особенности управления деятельностью таможенных органов: основные подходы управления / С. В. Савина // Аллея науки. – 2017. – Т. 2, № 10. – С. 539–542
2. Староверова, К. О. Управление персоналом в таможенных органах: учебник и практикум для вузов / К. О. Староверова. – М. : Юрайт, 2020. – 240 с.
3. Потапова, Н. В. Стратегии и инновации социально-ответственного бизнеса / Н. В. Потапова, Е. О. Дружинина, Е. В. Черноокая // Инновации: от теории к практике: сб. науч. статей VIII Междунар. науч.-практич. конф., Брест, 21–22 окт. 2021 г. / Мин-во образования Респ. Беларусь, Брестский областной исполнительный комитет, Брестский научно-технологич. парк, Брестский гос. технич. ун-т ; редкол.: В. В. Зазерская [и др.]. – Брест : БрГТУ, 2021. – С. 114–119.
4. Аграшенков, А. В. Основы таможенного дела / А. В. Аграшенков. – М., 1998. – С. 98.
5. Неймер, Ю. Л. Социально-психологический климат коллектива предприятия / Ю. Л. Неймер // СОЦИС. – 1990. – № 11. – С. 74.

УДК 339

РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В ЕВРАЗИЙСКОМ РЕГИОНЕ

Курлянчик В. С., Шевченко В. С.

Габец Н. С., старший преподаватель

Гродненский государственный университет им. Я. Купалы, г. Гродно, Республика Беларусь

Аннотация. В научной статье описывается развитие электронной торговли в Евразийском регионе на примере таких стран, как Кыргызская Республика, Республика Казахстан, Российская Федерация, Республика Беларусь. Также в статье описывается разница между понятиями: «интернет-магазин» и «маркетплейс». Авторы акцентируют внимание на том, что назрела необходимость регулирования общего рынка в ЕАЭС. В связи с этим 20 июня 2023 года вступило в силу Распоряжение Коллегии ЕЭК от 20.06.2023 № 88 «О проекте Соглашения об электронной торговле в Евразийском экономическом союзе».

Ключевые слова: электронная торговля, интернет-магазин, маркетплейс, оператор электронной торговли, таможенный («бондовый») склад.

DEVELOPMENT OF E-COMMERCE IN THE EURASIAN REGION

Kurlyanchik V. S., Shevchenko V. S.

Gabets N. S., Senior Lecturer

Grodno State University named after. Y. Kupala, Grodno, Republic of Belarus

Annotation. The scientific article describes the development of electronic commerce in the Eurasian region using the example of countries such as the Kyrgyz Republic, the Republic of Kazakhstan, the Russian Federation, and the Republic of Belarus. The article also describes the difference between the concepts of "online store" and "marketplace". The authors emphasize that there is a need to regulate the common market in the EAEU. In this regard, on June 20, 2023, the Decree of the EEC Board dated 06/20/2023 No. 88 «On the draft Agreement on Electronic Commerce in the Eurasian Economic Union» came into force.

Key words: e-commerce, online store, marketplace, e-commerce operator, customs («bonded») warehouse.