

На правах рукописи

РЫБАКОВ ВИКТОР АРТЕМЬЕВИЧ

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫМИ
КОММУНИКАЦИЯМИ ТАМОЖЕННОЙ СЛУЖБЫ**

специальность 22.00.08 – социология управления

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

Москва — 2019

Работа выполнена в ФГБОУ ВО «Московский педагогический государственный университет» на кафедре теоретической и специальной социологии Института социально-гуманитарного образования

Научный руководитель:

доктор социологических наук, доцент **Рычихина Элина Николаевна**

Официальные оппоненты:

Шарков Феликс Изосимович, доктор социологических наук, профессор, ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (г. Москва), Институт государственной службы и управления, кафедра общественных связей и медиаполитики, заведующий кафедрой

Жучков Василий Васильевич, кандидат социологических наук, ФГБОУ ВО «Московский политехнический университет» (Московский Политех), Институт коммуникаций и медиабизнеса, Высшая школа печати и медиаиндустрии, кафедра рекламы и связей с общественностью в медиаиндустрии, доцент кафедры

Ведущая организация:

ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»

Защита диссертации состоится «23» мая 2019 г. в 15.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.154.19 на базе ФГБОУ ВО «Московский педагогический государственный университет» по адресу: 119571, г. Москва, проспект Вернадского, дом 88, ауд. 528.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ФГБОУ ВО «Московский педагогический государственный университет» по адресу: 119991, г. Москва, ул. Малая Пироговская, д. 1, стр. 1 и на официальном сайте организации по адресу: <http://www.mpgu.su>.

Автореферат разослан «____» _____ 2019 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета

Луцкая
Екатерина Евгеньевна

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Основополагающей тенденцией развития большинства государств современного мира в конце XX и начале XXI века стал переход к новому открытому информационному обществу, которое дает возможность обеспечить более высокий уровень управления социальными процессами. В информационном обществе социальные изменения, образ и качество жизни населения в определенной мере зависят от информационно-коммуникативных технологий управления. Социальная коммуникация — это основной элемент любой системы управления, обеспечивающий эффективность ее функционирования и внутреннего взаимодействия.

Происходящие в России социально-экономические, политические, правовые изменения влекут необходимость совершенствования деятельности наиболее значимых государственных институтов, к числу которых относится и таможенная служба, выполняющая важнейшие стратегические внешнеэкономические государственные функции. В связи с этим первоочередной задачей становится эффективное функционирование системы таможенной службы, приведение её в полное соответствие с требованиями времени.

Федеральная таможенная служба Российской Федерации является одним из основных «бюджетообразующих» государственных органов. На современном этапе развития перед ней ставится новая общественно значимая задача: формирование отношений с деловым сообществом, основанных на принципах социального партнерства. Для служащих таможенной службы первоочередной задачей должно стать содействие в осуществлении коммерческими институтами основных функций, на втором месте — необходимость пополнения бюджета, и только на третьем месте должно стоять осуществление контрольно-надзорных компетенций.

Таможенная служба Российской Федерации выполняет ряд важнейших стратегических функций по защите экономических интересов государства. Но для их успешного функционирования в изменившейся социально-экономической ситуации недостаточно использования традиционных, испытанных методов. Необходимы новые подходы и управленческие решения, внедрение особой коммуникативной модели, отвечающей современным требованиям. Подобные решения предполагают укрепление и развитие коммуникационных связей, поскольку только при их отлаженной работе таможенная служба может эффективно выполнять возложенные на неё государственные задачи.

Современное понимание деятельности таможенной службы было обозначено в Концепции развития таможенных органов Российской

Федерации, утвержденной Правительством России в 2005 году¹. Дальнейшее развитие таможенных органов закреплено в нормативном документе, получившем название «Стратегия развития Федеральной таможенной службы Российской Федерации до 2020 года»².

Таможенной службе Российской Федерации в целом требуется в современных условиях не только создание и освоение новой правовой базы и развитие инфраструктуры таможни, овладение новыми информационными технологиями, но и переход к новой концепции социально-коммуникационного взаимодействия: как внутреннего, так и внешнего.

Кроме того, в общественном сознании необходимо преодолеть сложившийся в последние десятилетия негативный имидж таможенной службы как коррумпированного государственного института. Однако эту проблему невозможно решить исключительно административными мерами.

Таможня сегодня является довольно закрытым от заинтересованных участников внешнеэкономической деятельности государственным институтом (за исключением некоторых открытых коммуникативных платформ), что, безусловно, способствует образованию информационного вакуума или формированию негативного отношения к таможенным органам в обществе на почве материалов СМИ, сети «Интернет» и пр. и, как следствие, искаженному восприятию деятельности таможенных органов.

Поэтому возникает объективная необходимость формирования комплекса научно обоснованных мер с целью совершенствования коммуникативной стратегии и её внедрения в практическую работу таможни. Исправление коммуникативных деформаций в социальных коммуникациях позволит повысить уровень деловой репутации таможни и приблизиться к стандартам работы мировых таможенных служб.

Исходя из вышесказанного, актуальность темы диссертационного исследования обусловлена:

— во-первых, переходом к открытому информационному обществу и необходимостью совершенствования деятельности государственных институтов, в том числе и таможенной службы;

— во-вторых, возрастанием роли социальной коммуникации как важнейшего элемента системы управления и насущной потребностью приведения ее в соответствие с требованиями времени, широкого использования новых информационных технологий и совершенствования социально-коммуникационных связей и взаимодействий;

— в-третьих, изменениями в таможенной политике и переходом к субъект-субъектному подходу вовнешнемоноциальном-коммуникационном

¹Распоряжение Правительства Российской Федерации от 14.12.2005 № 2225-р (ред. от 15.04.2014) «О Концепции развития таможенных органов» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL:<http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=59470>.

² Распоряжение Правительства Российской Федерации от 28.12.2012 № 2575-р (ред. от 15.04.2014) «О стратегии развития таможенной службы до 2020 года» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL:<http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=161965;fld=134;dst=1000000001,0;rnd=0.6529709923611271>.

взаимодействии, основой которого является тесное взаимодействие таможенной службы с заинтересованными социальными группами;

— в-четвертых, необходимостью расширения внешнеэкономической деятельности и установления отношений с деловым сообществом, основанных на принципах социального партнерства;

— в-пятых, необходимостью преодоления закрытости таможенной службы от общества, существенных деформаций в социально-коммуникационных связях;

— в-шестых, насущной потребностью повышения деловой репутации таможенной службы, её престижа, важностью избавления общественного сознания от негативных социальных стереотипов в восприятии работников этого ведомства.

Актуальность темы исследования связана также непосредственно со степенью ее разработанности в трудах зарубежных и отечественных исследователей и ученых.

Природа и сущность социальной коммуникации как основного механизма управления, многообразные аспекты коммуникативных отношений в разных сферах социальной жизни давно и прочно заняли ведущее место в исследованиях отечественных и зарубежных авторов.

Научные исследования, посвященные социальным механизмам государственного и организационного управления, на сегодняшний день довольно распространены³. Им уделяли самое пристальное внимание такие авторы как Р.Р. Алиуллов, С.А. Барков, М.Л. Бочаров, М.А. Буданова и Ю.С. Коноплин, Ю.М. Буравлев, А.А. Демин, Н.И. Иванов, В.Ф. Сухарев, В.Г. Игнатов и В.К. Белолипецкий, Л.А. Калиниченко. Тем не менее, из всех научных трудов можно выделить лишь одно диссертационное исследование И.Е. Ткаченко, непосредственно посвященное управлению социальными коммуникациями таможни⁴.

Социологические аспекты таможенной службы исследованы в работах Н.М. Блинова, В.Ю. Диановой, М. К. Иванова, А. П. Балана, П. К. Гончарова, В. Б. Кухаренко, Л.А. Лозбенко, И.Е. Ткаченко⁵ и др. В этих трудах в

³ Алиуллов Р.Р. Механизм социального управления (методологический аспект) // Социально-гуманитарные знания. 2003. № 6; Барков С.А. Информационное общество как синтез организационных и рыночных начал: монография – М.: АТиСО, 2009. –317 с; Его же.. Иерархия и сеть как источники социально-экономических инноваций// Проблемы безопасности российского общества. –2014. –№ 3-4. –С. 100-111; Бочаров М.Л. От социальных ценностей к социальному государству. - М., Дело, 2009. – С. 216; Буданова М.А., Коноплин Ю.С., Горин А.Е. Становление системы государственного социально-ориентированного управления рисками в современном трансформирующемся российском обществе: монография. - М., Спутник+, 2013.– 116 с.; Буравлев Ю.М. Проблемы реформирования и управления системой государственной службы в России // Государство и право, 2003. № 7. - С.10; Демин А.А. Государственная служба. – М., Зерцало-М, 2002. – С. 128; Иванов Н.И., Сухарев В.Ф. Организационный механизм реализации управленческих решений в ОВД. М., Академия МВД, 2001. – 410.; Игнатов В.Г., Белолипецкий В.К. Профессиональная культура и профессионализм государственной службы: контекст и современность. Ростов-на-Дону, 2000. – 256 с.; Калиниченко Л.А. Социальная организация государственной службы. – М., Издательство РАГС, 2000. – 224.

⁴ Ткаченко И.Е. Связи с общественностью таможенной службы РФ: состояние, управление, перспективы развития: дис. ... канд. соц. наук: 22.00.08 / Ткаченко Ирина Евгеньевна. – М., 2004. – 142 с.

⁵ Блинов Н.М., Иванов В.Н., Кухаренко В.Б. От культа таможни к таможенной культуре: монография. – М., Кн. и бизнес. 2011. –227 с; Дианова В.Ю., Макрусов О.В., Маркина О.В. Развитие таможенных институтов: монография. - М., Изд-во РТА, 2009. – 250 с.; Иванов М.К. Совершенствование деятельности таможенной

основном исследуются проблемы таможни, которая рассмотрена как социальный институт. В рассмотренных автором работах дан анализ характеристик статуса таможенников различного служебного уровня, а также рассмотрен ряд актуальных проблем модернизации и повышения эффективности таможенной деятельности.

Анализ научной литературы показывает, что проблема управления существующими внешними и внутренними социальными коммуникациями в сфере таможенных органов носит междисциплинарный характер. Обозначенная проблема рассматривается с позиций социальной психологии, теории коммуникаций, социологии, таможенного дела, менеджмента и социологии управления. Теоретическое рассмотрение проблемы управления социальными коммуникациями таможенных органов, определение научных подходов к решению существующих практических задач по совершенствованию управления социальными коммуникациями привело к возникновению многообразных концепций, отражающих различные особенности предметных областей междисциплинарного знания.

Социальная коммуникация в современном социологическом дискурсе может изучаться как особый коммуникативный процесс. Наиболее известны современные концепции таких иностранных авторов как М. Маклюэн, Ж.Бодрийяр, М.Кастельс, Н.Луман⁶.

Вопросы теории социальной коммуникации представлены в отечественной социологии и социальной психологии в работах Н. Н. Богомоловой, М.М. Назарова, Е.П. Тавокина, В.Г. Гречихина, М.С. Федотовой, Е.Н. Юдиной и С.А.Захаровой, Ф.И. Шаркова⁷ и др.

службы России на современном этапе (социологический анализ): дис. ... канд. соц. наук: 22.00.08 / Иванов Михаил Константинович. - М., РАГС при Президенте РФ, Кафедра государственной службы и кадровой политики, 2009. - С. 157; Балан А.П. Факторы и детерминанты социального развития таможенной службы Российской Федерации: дис. ... канд. соц. наук: 22.00.04 / Балан Александр Петрович. - М., 1996. -153 с.; Гончаров П.К. Социальное государство: сущность и принципы // Вестник Российского университета дружбы народов. - Сер: Политология. - 2000. - № 2 - С. 46-59; Кухаренко В.Б. Управление модернизацией таможенной службы. - Рос. тамож. акад. - Москва, Классика, 2000. - 348 с; Лозбенко Л.А. Конвенциальное регулирование ВЭД. - М., РИО РТА, 2000. - 333 с; Ткаченко И.Е. Актуальные проблемы управления коммуникациями федеральной таможенной службы //Вестник Российской таможенной академии. - 2009. - № 3. - С. 107-111.

⁶McLuhan M. Understanding media. The extensions of man. — N.Y. 1964; Baudrillard Jean. Simulations.— N.Y.: Semiotext. 1983;Кастельс Мануэль. Галактика Интернет. - Екатеринбург:У-Фактория, 2004; Луман Н. Реальность массмедиа. – М.:Праскис, 2005.

⁷ Богомолова Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации.- М.,Аспект-Пресс, 2010. -191 с.;Назаров М.М. Коммуникационное пространство как среда «общества спектакля»//Социально-гуманитарные знания. – 2012. – №6. – С. 259-275; Тавокин Е.П. Массовая коммуникация: сущность и состояние в современной России: Монография – М., Восток-Запад, 2011. – 236 с.; Гречихин В.Г. Управление социальными коммуникациями. – М., Канон +, Реабилитация, 2009. - 320 с; Федотова М.С. Методология управления коммуникацией в контексте конструирования современной социальной реальности //Общественные науки. –2011. –№ 5. - С. 22-28; Юдина, Е. Н, Захарова, С.А. Социальные сети в зеркале социологии : Монография – М.: Спутник+ 2017. – 164 с.; Юдина, Е.Н., Захарова, С.А. «Социальные сети в свете научных парадигм» //Труды социальных отношений. - 2015., - №3. - С. 22-34. с.; Шарков Ф.И., Захарьян О.Ю. Информационные технологии и Интернет (социальные аспекты управления сетевой организацией): монография/под общей редакцией Ф.И. Шаркова. – М., «Прометей», 2005. –178с.; Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации.– М., ИД «Социальные отношения», изд-во «Перспектива», 2002.– 262 с.; Юдина Е.Н., Шарков Ф.И. Регулирование отношений в современном медиапространстве // Коммуникология Т.1, №1, 2013. - С.36-44.

Наряду с понятием «социальная коммуникация», в социологическом дискурсе используется понятие «социальные коммуникации». Их изучали В. В. Жучков, А. С. Матвеев, Е.Н. Юдина, С.А. Шилина, Т.Н. Громова, С.С.Гармаева, И.В. Тоцкая, Е.Г. Вишневецкий и другие авторы⁸.

Значительный интерес представляют работы, раскрывающие социологические аспекты public relations или связей с общественностью, таких авторов как Е.П. Савруцкая, О.Н. Савинова, А.Ф. Векслер, Дж. Дэтвайлер, В.И. Евликова, Л.А. Калиниченко, Г.Г. Почепцов⁹ и др.

На сегодняшний день в научной литературе активно исследуются теоретические основы социальной коммуникации в рассматриваемой сфере, методологические принципы, а также разрабатываются практико-ориентированные рекомендации в сфере соответствующих проблем информационной коммуникации органов государственной власти, а также средств массовой коммуникации и информации. Однако применительно к таможенной деятельности эти вопросы освещаются неактивно и слабо, что является одной из причин низкой эффективности социальных коммуникаций внутри таможенной службы и с внешними институтами государства и общества.

Проблема исследования обусловлена противоречием между объективной потребностью совершенствования социальных коммуникаций таможенной службы и недостаточной научной разработанностью механизмов управления этим видом коммуникаций.

Исходя из актуальности темы исследования и степени ее разработанности, сформулирована **научная задача**, которая состоит в том, чтобы на основе теоретического анализа научных источников разработать современные подходы к совершенствованию управления социальными коммуникациями таможенной службы.

Объектом исследования являются социальные коммуникации таможенной службы.

⁸ Жучков В.В. Социальная коммуникация в управлении организациями закрытого типа [Текст]// /В. В Жучков. Дис канд. социол. наук: 22.00.06. — Москва, Московский гуманитарный университет» 2008 ,215 с; Матвеев А. С. Убеждающая коммуникация в системе социального управления [Текст]//А. С. Матвеев Автореферат дис... канд... философ. наук: 09.00.11 — Иваново, 2013 , 25 с; Юдина Е.Н.. Развитие медиапространства современной России (на примере телевидения) [Текст]//Е.Н.. Юдина Дис... докт... социол. наук: 22.00.04 — М., 2008 , 384 с. Шилина С. А. Управленческий дискурс как технология коммуникации в системе отношений государства и общества, [Текст]// С.А.Шилина.Дис.... доктора социол. наук: 22.00.06. — Москва, 2015 , 312 с. Громова Т.Н. Социальная коммуникация в системе государственного управления: Региональный аспект [Текст]//Т.Н. Громова Автореферат дис... канд. социол. наук: 22.00.08. — Самара, 2002, 21 с; Гармаева, С.С. Социальные коммуникации в управлении организацией, [Текст]// С.С.Гармаева Автореферат дис ... канд.. социол. наук: 22.00.08. — С-Пб, 2002,18 с; Тоцкая И.В. Социально-технологическая модель управления коммуникациями в организации [Текст]//И.В. Тоцкая Автореферат дис.... канд. социол. наук: 22.00.08, Белгород , 2009, 18 с. Вишневецкий Е.Г. Социальная регуляция коммуникаций в организации[Текст] //Е.Г Вишневецкий Автореферат дис... канд... социол.. наук: 22.00.08 - Москва, 2010 , 23 с.

⁹Савруцкая Е.П., Савинова О.Н., Векслер А.Ф.,Дэтвайлер Дж. Связи с общественностью (Паблик рилейшнз). – Н. Новгород, 2011. – С. 130; Евликова В.И. Пресс-служба и PR-компания: специфика работы с государственными структурами// Государственная служба. – 2012. - №5. - С. 93-95. Калиниченко Л.А. Социальная организация государственной службы. – М., Издательство РАГС, 2000. – 224 с; Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. – М.,Рефл — бук, 2002. — 352 с.

Предмет исследования – совершенствование управления социальными коммуникациями таможенной службы.

Цель – разработать инновационные подходы к совершенствованию управления социальными коммуникациями таможенной службы.

Гипотеза: совершенствование управления социальными коммуникациями таможенной службы возможно при условии формирования современной системы коммуникационных взаимодействий между обществом и таможенным ведомством, а также внутри самой таможенной службы.

Достижение цели предполагает решение следующих **исследовательских задач**:

1. Рассмотреть подходы к понятию «социальные коммуникации» в социологическом дискурсе.
2. На основе анализа современных социолого-управленческих концепций раскрыть сущность и содержание коммуникации в качестве основного элемента механизма социального управления.
3. Обосновать роль, задачи и функции таможенной службы России как социального института.
4. Раскрыть проблемы функционирования социальных коммуникаций в системе управления таможенной службы.
5. На основе социологического исследования определить методику оценки социальной удовлетворенности функционированием таможни участников внешнеэкономической деятельности (ВЭД).
6. Определить направления совершенствования организационного механизма управления социальными коммуникациями таможенной службы.
7. Разработать современную модель совершенствования управления социальными коммуникациями таможенной службы.

Теоретико-методологической базой диссертационной работы в основном послужили системный и структурно-функциональный научные подходы.

При рассмотрении таможни как социального института мы опирались на главные положения системного и структурно-функционального подходов, разработанные Э. Дюркгеймом, Т. Парсонсом, Р. Мертом¹⁰. А также на работы отечественных ученых Н.М. Блинова, М.К. Иванова, В.Б. Кухаренко, Л.А. Лозбенко. Системный подход обеспечивал выявление связей между элементами и подсистемами системы коммуникаций. Структурно-функциональный подход способствовал выявлению структуры коммуникационного взаимодействия и обоснованию предлагаемых рекомендаций по ее усовершенствованию.

При изучении социальных условий функционирования таможенных коммуникаций в информационном обществе были учтены взгляды ученых,

¹⁰Emile Durkheim. Les formes elementaires de la vie religieuse. Le systeme totemique en Australie. Quatrieme Edition. – Paris: Presses Universitaires de France. 1960; Парсонс Т. О социальных системах. – М.: Академический проект, 2002; Merton Robert. Social Theory and Social Structure—New York: FreePress. 1992.

разрабатывающих это направление в социологической науке: Д. Белла, М. Кастельса, Э. Тоффлера¹¹ и других ученых.

Социальные коммуникации таможни рассматривались в контексте общих представлений об организационных коммуникациях. При их анализе автор опирался на взгляды М. Вебера, Б.З. Мильнера, Ч. Барнарда¹².

Для разработки авторской модели управления социальными коммуникациями использовалась концепция качественного управления (Байдаков С.Л.)¹³, которая предполагает полноценный доступ всех участников коммуникации ко всему необходимому объему информации и расширение обратной связи с получателями управленческой информации.

Кроме того, автор опирался на труды ведущих исследователей в сфере социологии, юриспруденции и психологии, работы известных западных и российских социологов, подходы и принципы, разработанные учеными, специализирующимися в области социального управления, методологии и методики управленческой деятельности, социологии массовых коммуникаций.

В проведенных под руководством автора исследованиях применялись такие методы как анкетный опрос, экспертное интервью. Полученные результаты использовались для повышения эффективности социальных коммуникаций таможенной службы.

Источниковую базу исследования составили:

- нормативные правовые акты: Таможенный кодекс Таможенного союза, документы Всемирной таможенной организации, законодательство России (федеральные конституционные законы и федеральные законы), законодательство субъектов Российской Федерации, Указы Президента России и Постановления Правительства России, а также подзаконные акты, регламентирующие деятельность таможенных органов как в Российской Федерации, так и на трансграничном пространстве;
- статистические и информационные материалы ФТС Российской Федерации;
- локальные нормативные акты ФТС Российской Федерации;
- отчетные материалы пресс-отделов региональных таможенных управлений.

Эмпирической базой диссертации явились исследования, выполненные под руководством автора:

¹¹Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: Опыт социального прогнозирования / Пер. с англ. Под ред. В.Л. Иноземцева. – М: Academia, 1999; Кастельс М. Информационная эпоха: Экономика, общество и культура./ Пер. с англ. Под научной ред. Шкарата . –М.: ГУ ВШЭ. 2000; Тоффлер Э. Третья волна. / Пер. с англ. – М.: АСТ , 2002.

¹²Weber M. Economy and Society: An Outlline of Interpretive Sociology (2vols), Berkeley,1978; МилнерБЗ. Теория организации//Теория организаций. Антология/ Составление В.Л. Семикова – М.: Академический Проект, 2005; Барнард, Ч. Функции руководителя: власть, стимулы и ценности организации. [Текст] / Ч. Барнард– М., Челябинск: Социум , ИРИСЭН. – 2009.

¹³ Байдаков С. Л, Концепция управления и качественно новый тип мышления // Ваш партнер-консультант №50 (9316) от 17.12.2009.-С.24-34.

1) Социологическое исследование «Отношение населения к таможенной службе» (в 2015 году). Был проведен анкетный опрос сотрудников таможенных органов Центрального, Северо-Западного и Южного управлений. Была применена случайная выборка. Общая выборочная совокупность составила 382 респондента.

2) Социологическое исследование участников внешнеэкономической деятельности «Оценка удовлетворенности участников внешнеэкономической деятельности работой таможенной службы» (в 2016 году) по случайной выборке. Анкетный опрос проводился среди респондентов — участников внешнеэкономической деятельности двух регионов: Центрального (г. Москва и Московская область) и Северо-Западного (Санкт-Петербург, Выборг, Петрозаводск). Общая выборочная совокупность составила 562 респондента.

3) Социологическое исследование «Удовлетворенность уровнем и содержанием социальной коммуникации с населением» среди сотрудников таможенной службы. Опрос проводился в мае - июне 2016 года среди сотрудников таможенной службы трех региональных таможенных управлений: Центрального, Северо-Западного и Южного. Общая выборочная совокупность составила 104 респондента, была применена случайная выборка.

4) Социологическое исследование «Пути и способы повышения эффективности работы таможенной службы Российской Федерации» было проведено в 2016 году. Оно включало 140 экспертовых интервью. В качестве экспертов выступали: заместители начальников таможен (Читинской, Брянской, Находкинской, Белгородской, Псковской, Нижне-Тагильской, Московской областной) — 15 человек; начальники отделов (оформления, интеллектуальной собственности, главного управления по борьбе с коррупцией, оперативно-розыскного отдела) — 25 человек; таможенные инспектора — 55, таможенные представители — 45 человек.

Научная новизна диссертационного исследования:

1) раскрыты сущность и содержание управленческой коммуникации как основного элемента механизма управления социальными коммуникациями таможенной службы;

2) показано значение таможни как социального института, рассмотрены ее функции, раскрыта их динамика и ведущая роль информационно-коммуникативного взаимодействия для повышения эффективности деятельности таможенной службы;

3) определена сущность и содержание понятия «результативность таможенной деятельности», обоснована ее зависимость от отношения населения к таможенным органам Российской Федерации;

4) разработана методика оценки удовлетворенности участников внешнеэкономической деятельностью таможенной службы на основе социального мониторинга;

5) оценено состояние и предложена авторская модель организационного механизма управления социальными коммуникациями таможенного ведомства.

Положения, выносимые на защиту:

1. Социальные коммуникации являются, с одной стороны, механизмом позиционирования организации или общественного института в социальном пространстве, с другой, – механизмом консолидации и интеграции сотрудников коллектива организации. В функционировании социальных коммуникаций этих социальных образований можно выделить два основных потока: 1) социальное взаимодействие с обществом; 2) социальное взаимодействие внутри коллектива организации.

2. Социальные коммуникации таможенной службы во внешней средеавтор представляет как процесс субъект-субъектного взаимодействия с целевыми группами участников внешнеэкономической деятельности (государственными институтами, социальными слоями, группами, отдельными личностями) с целью установления партнерских отношений с заинтересованным деловым сообществом и гражданами, разъяснения таможенной политики и формирования деловой репутации таможенных органов.

3. Таможня как социальный институт представляет собой иерархически упорядоченную систему организаций, созданную в целях защиты общественных и государственных интересов. Его основу составляют таможенные отношения, включающие в себя совокупность устойчивых формальных и неформальных норм и правил, регулирующих характер взаимодействия государства с другими заинтересованными субъектами. В связи с переходом к информационному обществу социальные коммуникации таможенной службы начинают играть ведущую роль в деятельности этого социального института.

4. Управление таможенной деятельностью в России в настоящее время носит традиционный характер, то есть основывается на неизменном следовании формальным правилам и процедурам. Основным критерием оценки действий сотрудников таможни является то, насколько четко были соблюдены требования нормативных правовых актов, должностных инструкций и регламентов. Вопросам эффективного взаимодействия с населением, особенно с нарождающимися институтами гражданского общества, внимания почти не уделяется. Результативность деятельности таможенных служб оценивается субъективно, а представители общественности в этом процессе практически не участвуют. При таком подходе в общественном сознании возникают искаженные представления о деятельности таможни и негативно окрашенные стереотипы, что значительно снижает эффективность деятельности таможенного органа как социального института.

5. Основным индикатором эффективности коммуникации населения, общественных институтов и таможенной службы является социальная

удовлетворенность, под которой понимается обобщенная в сознании индивидов совокупность восприятий и оценок этого социального института. Уровень удовлетворенности участников внешнеэкономической деятельности (ВЭД) функционированием органов таможни остается низким, вследствие того, что таможенная служба сосредотачивают свое внимание на совершенствовании технической стороны функционирования подчиненных ей структур и практически не занимается совершенствованием каналов социальной коммуникации. Эмпирические исследования, проведенные под руководством автора, показали, что деловая репутация таможенной службы в общественном мнении продолжает снижаться.

6. Автор считает, что в основу управления социальными коммуникациями во внешней среде должен быть положен субъект-субъектный подход, ведущий к демилитаризации таможни как социального института. Социальным идеалом таможенника должен стать не образ «сурового стражи границы», а образ компетентного и доброжелательного консультанта, способствующий росту трансграничного товарообмена и пассажиропотока, осуществляющего мягкие контрольные функции через снижение «заметности» процедуры и применение современных технологий таможенного контроля.

7. Для совершенствования управления социальными коммуникациями таможенной службы предлагается авторская модель, которая предполагает: 1) внедрение субъект-субъектного подхода к социальным коммуникациям во внешней среде; 2) измерение и мониторинг общественного мнения для налаживания обратной связи с общественностью и совершенствования системы социальных коммуникаций между населением и таможней; 3) создание специального подразделения, занимающегося вопросами внутренних коммуникаций, повышением уровня квалификации кадров, их подготовкой и переподготовкой.

Теоретическая значимость исследования состоит в том, что разработанные и обоснованные автором научные положения дополняют предметную область социологии. Они восполняют ряд существенных пробелов в социологическом осмыслении и практическом решении ряда важных проблем информационно-коммуникативного взаимодействия между органами управления и населением, позволяют учесть фактор социальной коммуникации таможенной службы с заинтересованными группами общественности в разработке концепций реформирования таможенных органов.

Практическая значимость приведенных в диссертационном исследовании рекомендаций и предложений состоит в полезности полученных результатов при практическом использовании в работе по совершенствованию управления внешними и внутренними социальными коммуникациями институциональных органов Федеральной таможенной службы Российской Федерации. Они способствуют организации тесного взаимодействия с населением и участниками внешнеэкономической

деятельности, а также могут быть учтены при выработке информационно - коммуникативной стратегии ведомства, повышении престижа государственной службы на таможне.

Материалы, представленные в диссертации, интересны для преподавателей, студентов и слушателей образовательных организаций высшего образования при изучении учебных дисциплин «Социология управления», «Конфликтология», «Коммуникативные механизмы в менеджменте», «Управление в системе таможенных органов», а также при изучении других учебных дисциплин, формирующих соответствующие общекультурные и профессиональные компетенции.

Достоверность результатов исследования определяется и подтверждается методологической основой, системой логических доказательств и аргументов, непротиворечивостью теоретических положений, их соответствием результатам, полученным в практической деятельности территориальных управлений Центрального таможенного управления Федеральной таможенной службы России, применением надежных и адекватных методов исследования.

Личный вклад соискателя состоит:

- в развитии взглядов на деятельность таможни как социального института, рассмотрении ее функций, показе их динамики, выявлении ведущей роли информационно-коммуникативного взаимодействия для повышения эффективности работы таможенной службы;
- обоснован субъект-субъектный подход к внешним социальным коммуникациям таможенной службы, основанный на принципах социального партнерства с заинтересованным деловым сообществом и гражданами;
- предложена авторская модель управления социальными коммуникациями, которая предполагает совершенствование управления социальными коммуникациями между участниками ВЭД, населением и таможней, налаживание обратной связи с заинтересованными целевыми группами общественности, а также усиление внутренних коммуникаций для повышения уровня квалификации кадров, их подготовки и переподготовки в соответствии с современными требованиями.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, двух глав (7 параграфов), заключения, библиографического списка из 207 источников и двух приложений.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **Введении** обоснованы актуальность темы диссертации, проанализирована степень ее научной разработанности, определены объект, предмет и цель исследования, поставлены научная и исследовательские задачи, раскрыты теоретико-методологические основы и эмпирическая база

исследования, его научная новизна, теоретическая и практическая значимость, описан личный вклад соискателя, сформулированы положения, выносимые на защиту, и результаты апробации полученных данных.

В первой главе **«Теоретико-методологические основы управления социальными коммуникациями таможенной службы»** рассмотрены основные подходы социологической науки к анализу и характеристике роли социальных коммуникаций в управлении таможенными органами.

В первом параграфе «Подходы к понятию «социальные коммуникации» в социологическом дискурсе» представлены подходы, сложившиеся в социологической науке к социальной коммуникации. Дано определение социальной коммуникации как коммуникативной деятельности людей в социальной среде, формирующей социальные отношения, обусловленные социальными нормами и оценками. В работе показано, что наряду с понятием «социальная коммуникация» в социологическом дискурсе используется понятие «социальные коммуникации». Использование термина «социальная коммуникация» во множественном числе не меняет сущности этого понятия. Но смешает фокус исследования от особенностей протекания самого коммуникативного процесса к каналам и средствам коммуникации, осуществляющим коммуникативные функции.

Делается вывод о том, что социальные коммуникации являются, с одной стороны, механизмом позиционирования организации в социальном пространстве, с другой, – механизмом консолидации и интеграции сотрудников коллектива организации. В функционировании социальных коммуникаций этих социальных образований можно выделить два основных потока: 1) социальное взаимодействие с обществом; 2) социальное взаимодействие внутри коллектива организации.

Во втором параграфе «Социальные коммуникации таможенной службы в контексте социального управления» определены подходы, сложившиеся в социологической науке к определению социального механизма коммуникации и его роли в социальном управлении.

Информационное взаимодействие является неотъемлемой составляющей всех общественно-политических и социально-экономических процессов, а информационно-коммуникативная инфраструктура образует «кровеносную» систему современного государства и его институтов, без нормального функционирования и развития которой немыслим процесс государственного управления и повышения его эффективности.

В ходе исследования было установлено, что социальные коммуникации имеют свою специфику в различных сферах общественной жизни и отличаются многообразием форм проявления. Тем не менее, можно выделить нечто общее во всех формах их проявления. Отсюда, по мнению ряда ученых, вытекает управленческая сущность социальной коммуникации: коммуникация есть процесс, посредством которого некоторая идея передается от источника к получателю с целью изменения поведения этого получателя.

По мнению автора, с социолого-управленческой точки зрения, социальная коммуникация представляет собой определенную форму взаимодействия субъектов и объектов управления, специфический социальный механизм, посредством которого обеспечивается функционирование управляющей и управляемой подсистем на основе принятых в данной социальной системе ценностей, норм и моделей поведения.

В работе обосновано, что характер социальных коммуникаций непосредственно влияет на имидж организации. Для имиджа любой социальной организации важна не сама ее характеристика, а то представление, которое можно создать о ней профессиональными средствами (в том числе и СМИ), и которое обеспечит организации позитивный имидж.

Предназначение управленческой коммуникации как системы заключается в формировании и использовании всех механизмов социального управления путем организации коммуникативного пространства для создания необходимых условий оптимального развития социума. Без грамотного управления коммуникацией немыслим переход к рыночной экономике, расширение областей конкурентных преимуществ, переход от традиционного товарного обмена к более высоким формам сотрудничества – обмену интеллектуальным капиталом, научно-технической кооперации, производственной интеграции. На современном этапе социально-экономического развития коммуникационный менеджмент становится индикатором ценностной ориентации общества, его стремления к модернизации, выбора критериев эффективности государственной политики в целом и в области экономики в частности.

Таким образом, социальная коммуникация является важнейшим элементом системы управления, связывающим ее отдельные части друг с другом и обеспечивающим координацию деятельности управленческих звеньев. Управление коммуникативным процессом — необходимое условие становления, развития и функционирования всех социальных систем, в том числе и таких государственных структур, какой является таможенная служба. Именно коммуникации обеспечивают связь между людьми и их общностями, делают возможным взаимодействие между ними, накопление и передачу социального опыта, его обогащение, разделение труда и обмен его продуктами, организацию совместной деятельности, трансляцию культуры.

Третий параграф первой главы «Специфика социальных коммуникаций таможенной службы» посвящен выявлению особенностей социальных коммуникаций таможенной службы как социального института.

Таможенная служба является регулятивным социальным институтом, основным инструментом государства, направленным на обеспечение его экономической безопасности. Его основу составляют таможенные отношения, включающие в себя совокупность устойчивых формальных и неформальных норм и правил, регулирующих характер взаимодействия государства с другими субъектами международного права.

С социологической точки зрения, таможенная служба — это исторически сложившаяся форма социальной практики защиты внутренней жизни страны и внешнеэкономической деятельности, регулирующая их с помощью определенных социальных норм, ролей, предписаний, образцов поведения посредством деятельности специальных учреждений, осуществляющих контрольные функции. Именно таможенная служба несет основную нагрузку по регулированию внешнеэкономической деятельности (ВЭД). Любое государство реализует систему функций по охране своего экономического суверенитета. Эти функции формулируются с помощью понятий «таможенная охрана», «таможенная защита», «таможенный контроль». В работе рассмотрены основные функции таможенной службы: правоохранительная, фискальная, протекционистская, регулирующая, балансировочная, информационная и коммуникационная.

Управление социальными коммуникациями таможенной службы — это целенаправленное воздействие на коммуникационные процессы для поддержания взаимосвязей и взаимодействий внутри таможенной службы и с элементами их внешней среды для достижения согласия и сотрудничества с максимальной эффективностью. Необходима оптимизация деятельности таможенной службы, формирование и поддержание ее положительного имиджа в целом и сотрудников таможни в частности.

Заинтересованность управляемых структур в результативном процессе передачи информации требует формирования целостной коммуникационной политики таможенных органов, под которой мы понимаем совокупность норм, правил и методов, направленных на осуществление информационных связей между внутренней и внешней средой организации для решения стратегических целей таможенных органов на основе современных инновационных технологий. Для успешного функционирования таможенной службы как социального института необходимо наличие развитой системы социальных коммуникаций. Для этого таможенная служба обязана постоянно взаимодействовать с обществом, используя с максимальной эффективностью в рамках проводимой информационной политики механизмы связей с общественностью и предоставления информационных услуг населению, постоянно заботиться о повышении престижа подразделений.

В четвертом параграфе первой главы «Проблемы функционирования социальных коммуникаций в системе управления таможенной службы» проанализированы основные проблемы, которые сложились в настоящее время в системе управления социальными коммуникациями таможенной службы. Анализ деятельности таможенной службы показывает, что управление таможенной деятельностью в России в настоящее время все еще носит традиционный характер: основывается на неизменном следовании формальным правилам и процедурам. Оценка действий сотрудников таможни производится руководителями по критериям того, насколько четко были соблюдены существующие инструкции, но не населением, для защиты

интересов которого и была создана таможенная служба. Контакты с населением, особенно с нарождающимися институтами гражданского общества, сведены к минимуму или вообще отсутствуют. Представляется вполне естественным, что при таком подходе в общественном сознании возникают искаженные представления и стереотипы о деятельности таможни, что значительно снижает эффективность деятельности таможни как социального института. Вместе с тем, в органах управления растет понимание того обстоятельства, что в современных условиях невозможно повысить результативность деятельности таможенной службы без популяризации работы таможни, показа ее управленческого потенциала и совершенствования системы социальных коммуникаций.

Под руководством автора было проведено социологическое исследование участников внешнеэкономической деятельности «Оценка удовлетворенности участников внешнеэкономической деятельности работой таможенной службы» (в 2016 году) по случайной выборке. Анкетный опрос проводился среди респондентов — участников внешнеэкономической деятельности двух регионов: Центрального (г. Москва и Московская область) и Северо-Западного (Санкт-Петербург, Выборг, Петрозаводск). Общая выборочная совокупность составила 562 респондента. Исследование показало, что на сегодняшний день имидж сотрудника таможенной службы, а в понятие «сотрудник таможенной службы» включены все должностные лица, работающие на таможенных постах и в таможнях, начиная от таможенного инспектора и заканчивая высшим руководством Федеральной таможенной службы Российской Федерации, сложился в негативном ключе. Граждане Российской Федерации, имеющие представление о работе таможенных органов (56% опрошенных), связывают работников таможенных органов с коррупцией и взяточничеством, считают их невежественными, грубыми в профессиональном общении, нарушающими действующее законодательство и при этом остающимися безнаказанными. Из образа и имиджа сотрудников таможенной службы, подкрепленных соответствующими публикациями в средствах массовой информации, складывается имидж таможни в целом. Отношение населения к деятельности таможенной службы в настоящее время носит умеренно-негативный характер, а имидж таможни в общественном мнении недостаточно высок, что никак не влияет на оценку их результативности, осуществляющую бюрократическими методами и имеющую односторонний и субъективный характер. Необходимо пересмотреть существующие критерии и разработать качественно новую систему оценки результативности таможенной деятельности, которая охватит все иерархические ступени таможенной службы и даст достоверную аналитическую информацию. Таможня должна по-настоящему, на деле сближать народы и экономики, население и органы власти, а не разъединять их.

Вторая глава «Основные направления модернизации управления социальными коммуникациями таможенной службы» посвящена анализу

эффективности управления социальными коммуникациями таможенной службы, разработке предложений по ее совершенствованию. *Первый параграф второй главы «Методика оценки качества социальных коммуникаций таможенной службы и результаты ее применения в эмпирическом исследовании»* посвящен описанию авторских эмпирических исследований.

Проведенный опрос в 2015 году по случайной выборке среди 382 сотрудников таможенных органов трех региональных таможенных управлений: Центрального, Северо-Западного и Южного, показал, что опрошенные в значительном большинстве (81% или 309 респондентов) считают, что необходимо повышать качество коммуникаций с населением. Выбор такого варианта ответа свидетельствует о том, что сотрудники таможенной службы оценивают качество коммуникаций как недостаточное и требующее совершенствования.

В ходе исследования удовлетворенности участников внешнеэкономической деятельности работой таможенной службы автором была проведена оценка их работы при осуществлении экспортных и импортных операций, что в совокупности позволило сделать вывод об эффективности их функционирования. Опрос проводился в мае - июне 2016 года. Общая выборочная совокупность составила 562 респондента.

Основной целью исследования являлась оценка отношения участников внешнеэкономической деятельности к таможенной службе, выяснение уровня удовлетворенности их эффективностью. Исследование показало, что большинство опрошенных так или иначе сталкиваются с определенными проблемами при взаимодействии с таможенной службой. Так, на отсутствие проблем при взаимодействии с таможенной службой указали лишь менее четверти опрошенных — 15%. На наличие минимальных проблем указали 30%, а 39% отметили наличие проблем средней тяжести. Доля тех, кому взаимодействие с таможенной службой создает непреодолимые проблемы для предприятия, превысила 11% опрошенных. Однако для большинства опрошенных совершенно очевидным является то, что необходимо и дальше совершенствовать информационную систему таможенной службы и, прежде всего, совершенствовать предварительную и электронную форму декларирования грузов, лучше представлять таможенные правила оформления грузов, что является, по мнению подавляющего большинства опрошенных, важным условием эффективного взаимодействия участников ВЭД и таможенных органов.

Центральной задачей в определении эффективности социального управления и роли коммуникации как его механизма является определение надежных критериев результативности деятельности таможенной службы.

Второй параграф второй главы «Совершенствование организационного механизма управления социальными коммуникациями таможенной службы» представляет собой описание теоретических аспектов разработки и внедрения такой методики.

В ходе исследования, проведенного среди участников ВЭД, удалось установить, что органы управления ФТС сосредотачивают свое основное внимание на совершенствовании технической стороны деятельности подчиненных им структур и не совершенствуют каналы социальной коммуникации. Таможенные органы стремятся решить свои проблемы самостоятельно, без учета общественного мнения и необходимых связей с институтами гражданского общества.

Автором было установлено, что только переход на партнерские взаимоотношения с деловым сообществом и создание устойчивой положительной репутации (имиджа) позволит таможенным органам максимально приблизиться к лучшим мировым стандартам и решить задачи, поставленные перед ними руководством страны.

Основными задачами управлений по связям с общественностью, по мнению автора, должны быть следующие:

Во-первых, создание разветвленной системы социальных коммуникаций таможенной службы и населения, расширение и укрепление тесного взаимодействия между ними с помощью общественных институтов с целью наладить устойчивые связи, доверие и взаимопонимание.

Во-вторых, изучение имиджа таможни как социального института, проведение мониторинга отношения населения к деятельности таможенной службы и оценки уровня удовлетворенности участников ВЭД.

В-третьих, в обязанности специалистов по связям с общественностью должны входить: создание, расширение и поддержание благоприятных отношений со СМИ, что включает в себя подбор наиболее подходящих изданий, теле- и радиоканалов, удовлетворяющих запросы и цели данного проекта, активная работа с выбранными СМИ, постоянный контакт.

В-четвертых, в обязанности работников управлений по связям с общественностью должна входить борьба за чистоту сотрудников таможенной службы, выявление недостатков в их деятельности. Практика показала, что решить эту проблему без привлечения общественности, создания обстановки открытости и прозрачности таможенного дела практически невозможно.

Тем не менее, исследование показывает, что разработка и воплощение в жизнь коммуникативной стратегии таможенного ведомства требуют взаимосвязанных целенаправленных действий пресс-службы, таможенных психологов, сотрудников Управления по взаимодействию с деловыми кругами, специалистов в области технических СМИ, социологии и права.

Все это требует изменения организационной структуры Управления по связям с общественностью. По мнению автора, необходимо создание дополнительного подразделения в данном управлении, в функции которого входило бы налаживание и управление внутренними коммуникациями в системе таможенной службы. Данный отдел представляет собой отдельное структурное подразделение и непосредственно подчиняется руководству Управления по связям с общественностью.

Таким образом, создание и совершенствование организационного механизма связей таможенной службы с общественностью будет способствовать существенному повышению эффективности их деятельности на основе выстраивания отношений доверия и взаимопонимания с наиболее активной и организованной частью российского общества.

В третьем параграфе второй главы «Формирование современной модели, направленной на совершенствование управления социальными коммуникациями таможенной службы» рассмотрены важнейшие направления формирования организационного механизма управления социальными коммуникациями таможенной службы.

Создание развитой системы социальных коммуникаций жизненно необходимо для функционирования любого государственного органа. Поэтому для реализации этой задачи создаются специальные подразделения, основной функцией которых является установление контактов, связей и отношений с обществом, в интересах которого они функционируют. Тем не менее, связи органов государственной власти с обществом носят опосредованный и абстрактный характер. Непосредственно же они связаны с определенной частью населения, которую принято называть «общественностью». В целях интенсификации этой деятельности был создан Общественно-консультативный совет по таможенной политике при ФТС России¹.

Автором была сформулирована концепция социально-коммуникационной системы в сфере таможенного дела.

Основные положения концепции социально-коммуникационной системы в сфере таможенного дела

1. В модернизации информационной системы таможенной службы ведущая роль должна принадлежать подготовке и переподготовке кадров этого профиля. По мнению руководства ФТС, повышение квалификационного уровня должно проходить уже в процессе выполнения должностных регламентов на рабочем месте. Кроме того, в ФТС разработаны системы дистанционного обучения и тестирования (с элементами самоподготовки) для оказания методической помощи в повышении уровня знаний должностных лиц таможенной службы и т.д. Однако отсутствие материалов, свидетельствующих о состоянии этой деятельности, говорит о ее формальном характере. До сих пор не разработана и система моральных и материальных стимулов для повышения квалификации специалистов.

2. Другим важнейшим направлением модернизации информационно-коммуникативной системы таможенной службы является совершенствование организации межведомственного взаимодействия. В настоящее время ФТС России осуществляет обмен информацией с Федеральной налоговой службой (ФНС) России, Минэкономразвития, Росфинмониторингом, МВД России и

¹Регламент Общественно-консультативного совета по таможенной политике при ФТС России / Приложение № 2 к приказу ФТС России от 14 июня 2007 г. № 725.

другими ведомствами. Однако анализ показывает, что этот процесс носит не системный, а спорадический характер.

3. Эффективная информационная система предполагает усиление взаимодействия внутритаможенной службы. Так, в настоящее время активно идет процесс обмена информацией с коллегами из таможенных органов Финляндии, Швеции и Германии и страны Латинской Америки ведутся работы по получению информации из Китая. Продолжается эксперимент на Дальнем Востоке по предоставлению информации из портов США. Российская таможня передает информацию в Японию при оформлении экспорта морепродуктов.

Вышеобозначенные положения легли в основу формирования авторской обобщенной модели управления социальными коммуникациями таможенной службы.



Рис. 1. Авторская модель управления социальными коммуникациями таможенной службы

В практике управленческой деятельности в области таможенного дела ведущее место должны занимать измерение и мониторинг общественного мнения, что необходимо для повышения эффективности деятельности специальных структурных подразделений, отвечающих за налаживание тесной связи с общественностью и совершенствование системы социальных

коммуникаций между населением и сотрудниками таможенной службы, что схематично отображено на рисунке 1.

Модель управления социальными коммуникациями таможенной службы, по мнению автора, это теоретически построенная целостная совокупность элементов, основанная на представлении о том, как должна выглядеть структура управления социальными коммуникациями таможенной службы для обеспечения эффективного взаимодействия с внешними социальными институтами и обществом в целом, а также с сотрудниками таможенной службы.

Итак, авторская модель управления социальными коммуникациями таможенной службы предполагает: 1) внедрение субъект-субъектного подхода к социальным коммуникациям; 2) измерение и мониторинг общественного мнения для налаживания обратной связи с общественностью и совершенствование системы социальных коммуникаций между населением и таможней; 3) создание специального подразделения, занимающегося вопросами внутренних коммуникаций, повышением уровня квалификации кадров, их подготовкой и переподготовкой.

Таким образом, одним из основных направлений деятельности по совершенствованию механизмов управления социальными коммуникациями таможни является модернизация информационно-коммуникационной системы таможенной службы. Это та ключевая задача, от решения которой непосредственно зависит эффективность деятельности Федеральной таможенной службы по защите государственных интересов страны.

В **Заключении** подводятся итоги исследования, описаны теоретические обобщения и выводы, обосновываются практические рекомендации по совершенствованию системы управления социальными коммуникациями таможенных органов.

В **приложениях** представлены материалы, иллюстрирующие подходы и результаты исследования.

III. ОСНОВНЫЕ РЕКОМЕНДАЦИИ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Автором предлагаются **практические рекомендации**, цель которых состоит в повышении адресности управления социальными коммуникациями таможенной службы и соблюдение принципов социального партнерства в работе с целевыми группами.

Для повышения эффективности коммуникаций таможенной службы их рекомендуется строить на основе субъект-субъектного подхода с учетом специфики целевых групп, вовлеченных в таможенные отношения. Исследование выявило следующие целевые группы: 1) граждане, пересекающие границу; 2) деловое сообщество, участники внешнеэкономической деятельности; 3) экспертное сообщество; 4) сотрудники таможни.

Предлагаемые изменения позволяют повысить эффективность деятельности этого социального института в целом:

1. Во взаимодействии с гражданами, пересекающими границу, необходимо усилить просветительскую функцию социальных коммуникаций таможни. Для этого рекомендуется выпустить справочник «Рекомендации для пересекающих границу», создать call-центр, который обеспечил бы «горячую линию» для ответов на вопросы граждан, которые пересекают или собираются пересечь границу.

2. Социальное партнерство во взаимодействии таможенной службы и делового и экспертного сообщества должно строиться с учетом общественных интересов этих социальных групп. Социальными коммуникациями во внешнем взаимодействии нельзя управлять только административными методами. Необходимо учитывать интересы партнеров по взаимодействию, выстраивая процесс симметричного субъект-субъектного управления с участниками внешне-экономической деятельности, основанного на принципах социального партнерства.

3. Принципы социального партнерства с участниками внешнеэкономической деятельности заключаются в уважении интересов участников ВЭД, в представлении им всей необходимой информации, взаимном уважении сторон, равной ответственности сторон.

4. Таможенная политика России и механизмы ее реализации должны разрабатываться не только бюрократическими структурами, но и с помощью делового и экспертного сообщества, которое посредством своих общественных организаций могло бы участвовать в разработке таможенной политики и контроле над её проведением.

5. Необходимо разработать и ввести в учебный процесс специальные образовательные программы в области социальной, деловой и межкультурной коммуникации для руководящего состава ФТС России и её территориальных органов, сотрудников управлений по связям с общественностью, а также для других специалистов в области таможенного дела.

IV. ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Основные положения диссертации отражены в нижеследующих публикациях автора.

Общий объем публикаций – 6 п.л., из них в научных журналах, рецензируемых ВАК Министерства науки и высшего образования РФ – 6 работ.

1. Рыбаков, В.А. Модель управления социальными коммуникациями таможенных органов / В.А. Рыбаков // Коммуникология. – 2016. - Т.4, №6. – С. 213-222 - 0,8 п.л.
2. Рыбаков, В.А. Особенности структуры социальных коммуникаций таможенных органов [Электронный ресурс] / В.А. Рыбаков // Теория и практика общественного развития (электронный

- журнал). - 2015. - № 15. – Режим доступа: http://teoria-practica.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/2015/15/sociology/rybakov.pdf [печатная версия] / В.А. Рыбаков // Теория и практика общественного развития. - 2015. – № 15. – С.24-27 - 0,25 п.л.
3. Рыбаков, В.А. Организационно-образовательные аспекты реализации концепции социально-коммуникационной системы таможенных органов / В.А. Рыбаков // Инновации в образовании. – 2012. – № 3 март. – С. 118-126. - 0,6 п.л.
 4. Рыбаков, В.А. Развитие коммуникационных связей таможенных органов с общественностью [Электронный ресурс] / В.А. Рыбаков, А.А. Тыртышный // Теория и практика общественного развития (электронный журнал). – 2014. – № 19. – Режим доступа: http://teoria-practica.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/2014/19/sociology/tyrtyshny-rybakov.pdf [печатная версия] / В.А. Рыбаков, А.А. Тыртышный // Теория и практика общественного развития. – 2014. – № 19. – С. 49-53. – 0,48 п.л. - авт. 0,25 п.л.
 5. Рыбаков, В.А. Мониторинг в коммуникационной политике таможенных органов [Электронный ресурс] / В.А. Рыбаков, Э.Н. Рычихина // Российский научный журнал. – 2015. - № 4 (47). – С. 124-133. –Режим доступа: <http://rnjournal.narod.ru/47.pdf> - 1,27 п.л. - авт.0,6 п.л.
 6. Рыбаков, В.А.. Формирование коммуникационных компетенций сотрудников PR-служб таможенных органов / В.А. Рыбаков, А.А. Тыртышный // Социология образования. – 2014. - № 12. - С. 28-43. – 1,16 п.л. - авт. 0,6 п.л.
 7. Рыбаков, В.А.Оценка качества и результативности работы таможенных органов / В.А. Рыбаков //Материалы XIV Всероссийской заочной научной конференции «Современные дискурсы социологической теории и практики».- М.: Спутник+, 2017. - С.100-107. - 0,4 п.л.
 8. Рыбаков, В.А. Коммуникация как социальный механизм / В.А. Рыбаков // Образование и наука в современных условиях. – 2015. - № 3(4). - С. 196-198. - 0,2 п.л.
 9. Рыбаков, В.А. Социально-коммуникативные процессы управления таможенной службой / В.А. Рыбаков // Международная педагогическая школа: сборник научных трудов. – 2009. - №5 (серия «Фундаментальное образование»). - С. 210-216. - 0,4 п.л.
 - 10.Рыбаков, В.А. Социально-экономические особенности модернизации профессионального образования в России / В.А. Рыбаков // Международная педагогическая школа: сборник научных трудов. –

2011. – № 8 (серия «Фундаментальное образование»). - С. 70-78. - 0,6 п.л.
- 11.Рыбаков, В.А. Формирование творческих способностей у учащихся / В.А. Рыбаков // Педагогика безопасности жизнедеятельности человека: Сборник научных трудов. – 2002. – № 3. – С. 392-405. - 0,5 п.л.
- 12.Рыбаков, В.А. Функциональный подход в управлении системами / В.А. Рыбаков // Новое поколение: Сборник научных трудов. – 2006. - № 5-6. - С. 328-333. - 0,4 п.л.
- 13.Рыбаков В.А. Роль коммуникаций в повышении эффективности управления таможенными органами / В.А. Рыбаков //Материалы XII Всероссийской научной конференции по теоретической и специальной социологии.- М.: Спутник+, 2016. - С.162-167. - 0,4 п.л.