

расширен. Данное приложение будет иметь доступ из любой страны при помощи интернет соединения. Удобный интерфейс будет способствовать понятной и быстрой подаче информации [2].

Предлагаем предоставить преимущества тем, кто будет заранее подавать сведения при перемещении товаров для личного пользования, которые заключаются в введении таких таможенных услуг, как отдельный коридор на пункте пропуска для таких лиц, либо обязательное предварительное информирование на пассажирских пунктах пропуска. Например, Лоша – пропускная способность составляет 450 машин в сутки.

Таким образом, разработка Приложения для физических лиц, перемещающих товары для личного пользования – это современный перспективный инструмент таможенной услуги по борьбе с очередями и повышению комфорта пересечения пассажирами.

#### Литература

1. Портал предварительного электронного представления сведений физическими лицами в таможенные органы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://93.84.112.51:8081/EpiFiz>. – Дата доступа: 13.10.2018
2. Альшевская, В.С. GOOGLE PLAY и APPSTORE как перспективные площадки внедрения электронного предварительного информирования в отношении личного багажа / В.С. Альшевская // Сборник тезисов 75-й научно-практической конференции студентов, магистрантов и аспирантов факультета международных отношений БГУ. – Минск, 19 апреля 2018 г. / Редкол.: В.Г. Шадурский [и др.]. – Минск, 2018. – С. 248–250.

©ИПНК НАН Беларуси

### РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫМ МАРКЕТИНГОМ В АПК РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В УСЛОВИЯХ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ

М.А. АРНатович

НАУЧНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ – Н.В. КИРЕЕНКО, ДОКТОР ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК, ДОЦЕНТ

Изучены и обобщены теоретико-методологические основы управления международным маркетингом. Выявлены тенденции, проблемы и перспективы развития институциональной, отраслевой, организационной составляющих системы международного маркетинга в АПК Республики Беларусь и зарубежных странах. В результате разработан комплекс эффективных направлений планирования, организации и управления международным агромаркетингом на основе совершенствования нормативной и правовой базы, а также расширения инфраструктуры продовольственного рынка на национальном и межгосударственном уровнях

Ключевые слова: маркетинг, агромаркетинг, агропромышленный комплекс, международная торгово-экономическая интеграция

В условиях углубления международной и региональной торгово-экономической интеграции возрастает роль и значение международного маркетинга в аграрной сфере. В то же время на реализацию маркетинговых функций в отечественных предприятиях приходится менее 2,0 % затрат на управление, в зарубежных компаниях и фирмах – до 20,0 % управленческого бюджета [1, с. 6].

Выполненные нами исследования позволили установить, что эффективная внешнеторговая деятельность Беларуси в сфере АПК оказывает существенное влияние как на устойчивость социально-экономического развития отрасли и страны в целом, так и на уровень продовольственной безопасности. В деятельности организаций АПК используются пока отдельные функции и стратегии маркетинговой работы, которые не дают должного эффекта. Это связано с преобладанием теоретического маркетинга, неразвитостью соответствующей инфраструктуры, отсутствием полной информации о состоянии аграрных рынков и единого информационного пространства, недостатком квалифицированных специалистов. В области продвижения продукции отмечается: монополизм крупных пищевых и торговых организаций, сдерживающий развитие конкуренции на продовольственном рынке, маркетинговых и логистических инструментов; в ряде случаев использование прямых цепочек товародвижения оказывается менее эффективным, чем привлечение специализированных структур [2, с. 31].

Учитывая данные проблемы, нами разработана система мер и комплекс мероприятий по формированию эффективной системы управления международным агромаркетингом в условиях развития интеграционных процессов, предусматривающая для *межгосударственного уровня* – создание единого информационного портала содействия экспортерам сельскохозяйственной продукции и продовольствия государств-членов ЕАЭС, содействие развитию совместной инфраструктуры технического регулирования в области сертификации и оценки соответствия продукции требованиям третьих стран и др.; для *макроуровня (мезоуровня)* – создание специализированных учреждений и структур, оказывающих финансовую и нефинансовую, организационную и информационную поддержку экспорту; для *микроуровня* – проведение мониторинга кадрового состава в организациях АПК, организация стажировок студентов во внешнеэкономических и маркетинговых структурах ведущих белорусских

экспортеров. Новизна данных предложений состоит в их практической направленности и комплексности, позволяющей учитывать национальные и межгосударственные интересы. Реализация подходов направлена на повышение эффективности маркетинговой деятельности на зарубежных рынках и обеспечение конкурентоспособности сельскохозяйственных товаров.

#### Литература

1. *Киреенко Н.В.* Система сбыта продукции АПК на основе маркетингового подхода: теория, методология, практика: в 2 ч. / под ред. В.Г. Гусакова. – Минск: Ин-т систем. исслед. в АПК НАН Беларуси, 2015. – Ч. 1. – 265 с.
2. *Киреенко Н.В., Арнатович М.А.* Тенденции, проблемы и перспективы развития системы управления международным маркетингом в АПК Республики Беларусь // *Аграрная экономика*. 2018. № 7. С.29–39.

©БГУ

## ЛОГИСТИКА ТРАНСПОРТИРОВКИ И ПЕРЕВАЛКИ БЕЛОРУССКИХ НЕФТЕПРОДУКТОВ НА ПРИМЕРЕ ЗАО «БЕЛОРУССКАЯ НЕФТЯНАЯ КОМПАНИЯ»

Н.С. БАРТОШ

НАУЧНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ – А.М. ТУРОВЕЦ, СТАРШИЙ ПРЕПОДАВАТЕЛЬ

В работе рассмотрены особенности транспортировки и перевалки наливных грузов различных классов опасности, проведена оценка стратегических направлений их распределения. Разработаны мероприятия по совершенствованию логистики транспортировки и перевалки белорусских нефтепродуктов предприятия и оценен экономический эффект от их внедрения: разработана методика оценки максимальной загрузки вагонного парка для перевозки наливных грузов с учетом дефицита пропускной способности наиболее эффективного трубопроводного транспорта; обоснована максимизация экспортного потенциала железнодорожного транспорта за счет минимизации простоев и логистических ошибок; предложена модель оптимизации логистического цикла на основе решений RTG, которая позволяет снизить продолжительность на 4 суток

Ключевые слова: транспортная логистика, перевалка, издержки, экспорт, нефтепродукты

ЗАО «Белорусская нефтяная компания» создало собственную товаропроводящую сеть: дочерние компании открыты в Великобритании, Украине, Польше, Латвии и Российской Федерации [1]. Основная стратегическая цель компании – увеличение экспорта нефтепродуктов в близлежащие страны как через действующие, так и создаваемые товаропроводящие сети (составляют в экспорте около 80 %).

Перенаправление экспорта белорусских нефтепродуктов в направлении портов Северо-Запада России становится экономически невыгодным даже с учетом 50 %-ой скидки на тарифы Российской железной дороги. Общие транспортно-логистические затраты в направлении российских портов значительно увеличиваются с учетом разницы в стоимости перевалки нефтепродуктов через порты Прибалтики и России: Новополоцк – Рига (15,43\$/т), Новополоцк – Усть-Луга (24,25\$/т), Барбаров – Клайпеда (26,26\$/т), Барбаров – Усть-Луга (30,65\$/т).

Проанализировав 2 ситуации поставки мазута топочного в порт Рига от ОАО «Нафтан» по железной дороге с последующим временным хранением в резервуарах на терминале, можно сделать вывод, что и при договоре поставки, и при договоре комиссии на реализацию нефтепродуктов неприменимы оптимальные с экономической точки зрения партии поставки.

В связи с отсутствием информационной системы для контроля уровня запасов нефтепродуктов на терминале в резервуарах рекомендуется внедрять систему для коммерческого учета и управления резервуарными парками Rosemount Tank Gauging. Затраты на внедрение программного продукта окупятся в начале 2022 г. при его установке в 2019 году.

Предложенная оптимизация модели логистического цикла исполнения заказа позволит сократить его на 95 часов (4 суток) и повысить эффективность использования времени работы резервуарного парка, не допуская его простоев. Данная модель обеспечит надежность операций логистического цикла исполнения заказа и стабилизирует отправление таких поездов по расписанию для согласованного подвода вагонов и танкеров к резервуарам на терминале.

Обеспечить эффективное продвижение экспорта белорусских нефтепродуктов возможно за счет формирования единого подхода в рамках реализации государственно-частного партнерства по определению приоритетных направлений и маршрутов экспорта белорусских нефтепродуктов, которые могли бы связать воедино основных поставщиков (экспортеров) и потребителей (импортеров) в единую транспортно-логистическую сеть.

#### Литература

1. ЗАО «Белорусская нефтяная компания» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bnk.by>. – Дата доступа: 20.03.2018.