

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ
КАФЕДРА ТАМОЖЕННОГО ДЕЛА И МЕЖДУНАРОДНОЙ ЛОГИСТИКИ

Аннотация к дипломной работе

**МАРКЕТИНГ ТАМОЖЕННЫХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ НА
СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ**

Колесник Никита Владимирович

Научный руководитель – старший преподаватель, Е. М. Еловая

Минск, 2025

АННОТАЦИЯ

1. Структура и объем дипломной работы

Дипломная работа состоит из задания на дипломную работу, оглавления, реферата дипломной работы, введения, трёх глав, заключения, списка использованных источников. Общий объем работы составляет 60 страниц. Работа включает 58 источников, 4 приложения.

2. Ключевые слова

МАРКЕТИНГ УСЛУГ, ТАМОЖЕННЫЕ УСЛУГИ, ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МАРКЕТИНГ, ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ, КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ, ПРОДВИЖЕНИЕ УСЛУГ, КАЧЕСТВО СЕРВИСА

3. Текст реферата

Объектом исследования являются процессы предоставления государственных услуг в таможенной сфере Республики Беларусь в контексте внешнеэкономической деятельности.

Предметом исследования выступают маркетинговые подходы, инструменты и технологии, применяемые для повышения качества, эффективности и клиентоориентированности таможенных услуг, а также механизмы их адаптации к требованиям участников внешнеэкономической деятельности.

Цель исследования заключается в разработке и обосновании маркетинговых инструментов, направленных на оптимизацию и повышение эффективности предоставления таможенных услуг в Республике Беларусь в условиях цифровизации и трансформации государственной службы.

В процессе написания дипломной работы использован комплекс общенаучных и специальных методов, позволяющих комплексно исследовать специфику маркетинга в сфере таможенных услуг:

- Анализ научной литературы – обобщение и систематизация теоретических положений маркетинга услуг, с акцентом на специфику государственных и, в частности, таможенных услуг;

- Анализ нормативных правовых актов – изучение законодательства в сфере таможенного регулирования;

- Статистический анализ – обработка и интерпретация официальных данных Белстата, ГТК Республики Беларусь, Всемирной торговой организации, UNCTAD и других международных структур;

- сравнительный анализ (case-study) – изучение международного опыта применения маркетинговых инструментов в системе государственных

таможенных услуг на примерах Сингапура, Нидерландов, Южной Кореи и Казахстана;

— SWOT-анализ – комплексная оценка сильных и слабых сторон, возможностей и угроз в системе предоставления таможенных услуг с позиции маркетинга;

— Прогнозирование и моделирование – построение возможных сценариев развития маркетинговых механизмов в деятельности таможенных органов Республики Беларусь, а также оценка социально-экономического эффекта от внедрения предложенных мероприятий.

Полученные итоги исследования свидетельствуют о значительном потенциале применения современных маркетинговых инструментов в сфере таможенных услуг Республики Беларусь, что позволяет существенно повысить эффективность взаимодействия между государственными структурами и участниками внешнеторговой деятельности. Изучение текущего состояния услуг, разработка прогностических моделей на основе цифровых данных и оценка качественных характеристик государственных сервисов выявили, что интеграция цифровых технологий может значительно сократить время таможенного оформления, снизить количество жалоб и повысить удовлетворенность клиентов.

Рекомендации по использованию результатов работы акцентируют внимание на необходимости дальнейшей интеграции цифровых технологий в процессы таможенного оформления, а также на системном подходе к развитию коммуникаций с участниками внешнеторговой деятельности. Следует уделить особое внимание созданию единой платформы, способной объединить в себе функционал электронного декларирования, оперативной обратной связи и информационной поддержки клиентов, что сделает процесс предоставления таможенных услуг более удобным и прозрачным.

АНАТАЦЫЯ

1. Структура і аб'ём дыпломнай працы

Дыпломная праца складаецца з задання на дыпломную працу, зместа, рэферата дыпломнай працы, увядзення, трох кіраўнікоў, заключэння, спісу выкарыстаных крыніц. Агульны аб'ём працы складае 60 старонак. Праца ўключае 58 крыніц, 4 прыкладанні.

2. Ключавыя словы

МАРКЕТЫНГ ПАСЛУГ, МЫТНЫЯ ПАСЛУГІ, ДЗЯРЖАЎНЫ МАРКЕТЫНГ, ЛІЧБАВЫ МАРКЕТЫНГ, КЛІЕНТААРЫЕНТАВАНАСЦЬ, ПРАСОЎВАННЕ ПАСЛУГ, ЯКАСЦЬ СЭРВІСУ

3. Тэкст рэферата

Аб'ектам даследавання з'яўляюцца працэсы прадастаўлення дзяржаўных паслуг у мытнай сферы Рэспублікі Беларусь у кантэксце знешнеэканамічнай дзейнасці.

Прадметам даследавання выступаюць маркетынжавыя падыходы, інструменты і тэхналогіі, якія прымяняюцца для павышэння якасці, эфектыўнасці і Кліентаарыентаванасць мытных паслуг, а таксама механізмы іх адаптацыі да патрабаванняў удзельнікаў знешнеэканамічнай дзейнасці.

Мэта даследавання заключаецца ў распрацоўцы і Абгрунтаванні маркетынжавых інструментаў, накіраваных на аптымізацыю і павышэнне эфектыўнасці прадастаўлення мытных паслуг у Рэспубліцы Беларусь ва ўмовах цыфравізацыі і трансфармацыі дзяржаўнай службы.

У працэсе напісання дыпломнай працы выкарыстаны комплекс агульнанавуковых і спецыяльных метадаў, якія дазваляюць комплексна даследаваць спецыфіку маркетынгу ў сферы мытных паслуг:

— Аналіз навуковай літаратуры – абагульненне і сістэматызацыя тэарэтычных палажэнняў маркетынгу паслуг з акцэнтам на спецыфіку дзяржаўных і, у прыватнасці, мытных паслуг;

— Аналіз нарматыўных прававых актаў – вывучэнне заканадаўства ў сферы мытнага рэгулявання;

— Статыстычны аналіз – апрацоўка і інтэрпрэтацыя афіцыйных дадзеных Белстата, ДМК Рэспублікі Беларусь, Сусветнай гандлевай арганізацыі, UNCTAD і іншых міжнародных структур;

— Параўнальны аналіз (case-study) – вывучэнне міжнароднага вопыту прымянення маркетынжавых інструментаў у сістэме дзяржаўных мытных паслуг на прыкладах Сінгапура, Нідэрландаў, Паўднёвай Карэі і Казахстана;

— SWOT-аналіз — комплексная ацэнка моцных і слабых бакоў, магчымасцей і пагроз у сістэме прадастаўлення мытных паслуг з пункту гледжання маркетынгу;

— Прагназаваанне і мадэляванне — пабудова магчымых сцэнараў развіцця маркетынговых механізмаў у дзейнасці мытных органаў Рэспублікі Беларусь, а таксама ацэнка сацыяльна-эканамічнага эфекту ад укаранення прапанаваных мерапрыемстваў.

Атрыманыя вынікі даследавання сведчаць аб значным патэнцыяле прымянення сучасных маркетынговых інструментаў у сферы мытных паслуг Рэспублікі Беларусь, што дазваляе істотна павысіць эфектыўнасць узаемадзеяння паміж дзяржаўнымі структурамі і ўдзельнікамі знешнегандлёвай дзейнасці. Вывучэнне бягучага стану паслуг, распрацоўка прагнастычных мадэляў на аснове лічбавых дадзеных і ацэнка якасных характарыстык дзяржаўных сэрвісаў выявілі, што інтэграцыя лічбавых тэхналогій можа значна скараціць час мытнага афармлення, знізіць колькасць скаргаў і павысіць задаволенасць кліентаў.

Рэкамендацыі па выкарыстанні вынікаў работы акцэнтуюць увагу на неабходнасці далейшай інтэграцыі лічбавых тэхналогій у працэсы мытнага афармлення, а таксама на сістэмным падыходзе да развіцця камунікацый з удзельнікамі знешнегандлёвай дзейнасці. Варта надаць асаблівую ўвагу стварэнню адзінай платформы, здольнай аб'яднаць у сабе функцыянал электроннага дэкларавання, аператыўнай зваротнай сувязі і інфармацыйнай падтрымкі кліентаў, што зробіць працэс прадастаўлення мытных паслуг больш зручным і празрыстым.

ANNOTATION

1. Structure and scope of the diploma work

The diploma work consists of a diploma work assignment, table of contents, diploma work abstract, introduction, three chapters, conclusion, list of references. The total volume of the work is 60 pages. The work includes 58 sources, 4 appendices.

2. Keywords

SERVICE MARKETING, CUSTOMS SERVICES, PUBLIC SECTOR MARKETING, DIGITAL MARKETING, CUSTOMER ORIENTATION, SERVICE PROMOTION, SERVICE QUALITY

3. Text of the abstract

The object of the study is the processes of providing public services in the customs sphere of the Republic of Belarus in the context of foreign economic activity.

The subject of the research is marketing approaches, tools and technologies used to improve the quality, efficiency and customer orientation of customs services, as well as mechanisms for their adaptation to the requirements of participants in foreign economic activity.

The purpose of the research is to develop and substantiate marketing tools aimed at optimizing and improving the efficiency of customs services in the Republic of Belarus in the context of digitalization and transformation of the civil service.

In the process of writing the thesis, a set of general scientific and special methods was used to comprehensively examine the specifics of marketing in the field of customs services:

- Analysis of scientific literature – generalization and systematization of theoretical foundations of service marketing, with a focus on the specifics of public and particularly customs services;
- Analysis of legal and regulatory acts – examination of the legislation in the field of customs regulation;
- Statistical analysis – processing and interpretation of official data from Belstat, the State Customs Committee of the Republic of Belarus, the World Trade Organization, UNCTAD, and other international institutions;
- Comparative analysis (case study) – study of international experience in the application of marketing tools in public customs services, using the examples of Singapore, the Netherlands, South Korea, and Kazakhstan;

— SWOT analysis – comprehensive assessment of strengths, weaknesses, opportunities, and threats in the system of customs service delivery from a marketing perspective;

— Forecasting and modeling – development of possible scenarios for the evolution of marketing mechanisms in the activities of customs authorities of the Republic of Belarus, along with the assessment of the socio-economic impact of the proposed measures.

The results of the study indicate a significant potential for the use of modern marketing tools in the field of customs services of the Republic of Belarus, which significantly improves the effectiveness of interaction between government agencies and participants in foreign trade activities. The study of the current state of services, the development of predictive models based on digital data and the assessment of the quality characteristics of public services revealed that the integration of digital technologies can significantly reduce customs clearance time, reduce the number of complaints and increase customer satisfaction.

Recommendations on the use of the results of the work emphasize the need for further integration of digital technologies into customs clearance processes, as well as a systematic approach to developing communications with participants in foreign trade activities. Special attention should be paid to creating a single platform capable of combining the functionality of electronic declaration, prompt feedback and customer information support, which will make the process of providing customs services more convenient and transparent.