

Ю. М. Уласевич
кандидат экономических наук, доцент
БГЭУ (Минск)

ОБ УТОЧНЕНИИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОНЯТИЯ «ФИНАНСОВАЯ ЛОГИСТИКА»

Одним из условий успешного функционирования логистической системы совершенно справедливо считается владение персоналом организации понятийным аппаратом (терминологией) логистики, которое указывает на уровень знаний и квалификацию работников, в первую очередь логистов [2, с. 7]. При этом наличие терминологической неопределенности, т. е. дискуссий в отношении определения понятий логистики, затрудняет усвоение ее терминологии, отрицательно сказывается на качестве подготовки специалистов в данной области знаний.

Одним из таких неоднозначно трактуемых понятий является финансовая логистика. По одному из мнений, финансовая логистика – это «раздел логистики, предусматривающий рациональное управление финансовыми потоками на основе информации и данных по организации материальных потоков» [1, с. 362]. Однако чаще финансовую логистику определяют как систему управления, планирования и контроля над финансовыми потоками на основе информации об организации материальных потоков (информации и данных по организации финансовых потоков) [2, с. 180; 3, с. 341–342; 4, с. 126].

Управление любым объектом согласно теории управления включает в себя следующие функции управления (виды управленческой деятельности): планирование, учет, анализ, контроль, регулирование и др. Исходя из этих положений, выделение в определении финансовой логистики наряду с управлением финансовыми потоками их планирования, контроля над ними представляется необоснованным. В этой связи соответствующим приведенным положениям теории управления представляется следующее определение: финансовая логистика – это система управления финансовыми потоками на основе информации и данных по организации материальных потоков.

Уточнение определения понятия «финансовая логистика» направлено на совершенствование понятийного аппарата (терминологии) логистики, повышение тем самым качества подготовки специалистов в данной области знаний, во многом определяющего успех их будущей профессиональной деятельности.

Список использованных источников

1. Дроздов, П. А. Логистика : учеб. пособие / П. А. Дроздов. – Минск : Выш. шк., 2019. – 429 с. : ил.
2. Логистика : учеб. пособие / О. В. Верниковская [и др.] ; под ред. О. В. Ерчак. – Минск : БГЭУ, 2023. – 207, [1] с.
3. Логистика и управление цепями поставок : учеб. пособие / О. В. Ерчак [и др.] ; под ред. И. И. Полещук, О. В. Ерчак. – Минск : БГЭУ, 2019. – 397 с.
4. Маргунова, В. И. Логистика : ответы на экзамен. вопр. / В. И. Маргунова. – 2-е изд., перераб. – Минск : ТетраСистемс, 2012. – 114 с.

Б. В. Фрищин
кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры логистики и ценовой политики
БГЭУ (Минск)

К ВОПРОСУ О ЦИФРОВИЗАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК

В современных реалиях необходимо выделить важнейший глобальный тренд цифровизации экономики, которая является драйвером инновационного развития любой страны. Он характеризуется новыми методами генерирования, обработки, хранения, передачи информации во всех сферах экономической деятельности.

В Республике Беларусь в Государственной программе инновационного развития Беларуси на 2021–2025 гг. изложены основные векторы внедрения передовых информационных технологий в отрасли национальной экономики [1].

Технология блокчейн заслуживает особого внимания как один из важнейших инструментов цифровой экономики для оптимизации логистических процессов.

Блокчейн представляет собой децентрализованно хранимую на разных компьютерах непрерывную цепочку блоков, каждый из которых оснащен меткой времени и ссылкой на предыдущий блок.

Особенностью блокчейна является то, что данные, внесенные один раз, имеют свою историю, что позволяет проверить происхождение информации и ее подлинность. Информация всегда доступна, ее нельзя подделать, она прозрачна, базы данных делают ее максимально устойчивой к хакерским атакам. Кроме этого, благодаря технологии удастся избежать многочисленных ошибок при обработке транзакций и сократить количество мошеннических операций [2].

Технология блокчейн является специальной структурой для записи группы транзакций (действий), главным преимуществом которой является осуществление любых операций только тогда, когда это действие будет считаться подтвержденным.

Выделим основные направления использования технологии блокчейн в логистике:

1. Возможность создания смарт-контрактов, которые позволяют управлять счетами и платежами, предоставляя автоматическое выставление счетов и совершение платежей без участия посредников в сделках.

2. Блокчейн обеспечивает сквозное отслеживание статуса груза.

3. Блокчейн может использоваться в целях борьбы с контрафактной продукцией.

Таким образом, одной из перспективных технологий повышения конкурентоспособности и эффективности работы отраслей в целом и логистических компаний в частности может стать именно блокчейн.

Список использованных источников

1. О развитии цифровой экономики [Электронный ресурс] : Декрет Президента Респ. Беларусь, 21 декабря 2017 г. № 8 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – 2017. – Режим доступа: <http://pravo.by/document/?guid=12551&p0=Pd1700008&p1=1&p5=0>. – Дата доступа: 07.03.2024.

2. Ачаповская, М. Цифровизация экономики как драйвер инновационного развития / М. Ачаповская // Банк. весн. – 2019. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/bv/articles/10611.pdf>. – Дата доступа: 04.03.2024.

И. Н. Чепик

кандидат экономических наук

(Минск)

СОБЫТИЙНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Событийный маркетинг (event-маркетинг) является важным инструментом в достижении целей некоммерческих организаций (НКО). Ф. Котлер определяет маркетинг как «часть человеческой деятельности, призванную удовлетворить нужды и потребности посредством обмена» [2]. Следуя этой логике, event-маркетинг для НКО можно определить как комплекс мер по организации и продвижению мероприятий, направленных на увеличение обмена в некоммерческом секторе. Под обменом в некоммерческой деятельности можно понимать создание и увеличение социального эффекта от деятельности некоммерческих субъектов, а также завоевание конкурентной позиции, получение доли рынка и, соответственно, финансирования и инвестиций.

Событийный маркетинг для некоммерческой деятельности обладает рядом преимуществ.