

Darüber hinaus bevorzugen die meisten Befragten derzeit die Verwendung von biometrischen Daten zur Authentifizierung und halten diese Methode für sicherer als Standardkennwörter.

Die Nachteile der Biometrie aus der Sicht der Informationssicherheit sind ihre schwache Sicherheit, da eine Person nicht überall mit Handschuhen herumlaufen, ihr Gesicht verstecken oder mit einer veränderten Stimme kommunizieren kann. Die so erhaltenen Daten können von Angreifern verwendet werden, um Musterkopien zu erstellen, um das Schutzsystem der Bank zu überwinden.

Es kann gesagt werden, dass die Technologien der biometrischen Identifizierung und Authentifizierung keine hundertprozentige Garantie bieten können – die Wahrscheinlichkeit eines Fehlers oder einer falschen Übereinstimmung ist immer vorhanden. Um dieses Risiko zu verringern, gibt es internationale und nationale Standards, die die Anforderungen für Betriebstests von biometrischen Systemen festlegen, wodurch Entwickler die Wahrscheinlichkeit von Fehlern reduzieren können.

Die Biometrie ist daher eine vielversprechende und sich aktiv entwickelnde Authentifizierungsmethode, wird jedoch nicht als primäre Methode empfohlen. Wenn ein falsch-negatives Ergebnis nur ein wenig unangenehm ist, führt ein falsch-Positives zu Datenlecks oder Geldverlusten, daher ist es bei weitem die rationalste Lösung, auf eine Zwei-Faktor-Identifizierung zurückzugreifen.

V. Khodosevich, V. Vertinsky
В.С. Ходосевич, В.Т. Вертинский
БГЭУ (Минск)
Научный руководитель Е.Э. Шуранова

E-COMMERCE IN BELARUS: PROBLEME UND LÖSUNGEN

Электронная коммерция в Республике Беларусь: проблемы и пути их решения

Es gibt viele Trends, die sich direkt oder indirekt auf die Außenwirtschaftstätigkeit eines Landes auswirken. Allerdings sollte dem Aspekt der Digitalisierung – dem E-Commerce – Beachtung geschenkt werden.

Das Ziel dieser Arbeit ist es: aktuelle Probleme der E-Commerce Branche festzustellen und Lösungswege basierend auf Auslandserfahrung anzubieten.

E-Commerce ist eine wirtschaftliche Tätigkeit, bei der Transaktionen zum Kauf und Verkauf von Waren oder Dienstleistungen ausschließlich über elektronische Kanäle durch Informationstechnologie abgewickelt werden.

Im Jahr 2020 belief sich das Volum des belarussischen E-Commerce-Marktes auf einen Rekordwert von 2,3 Milliarden Rubel. Das Marktvolum stieg im Vergleich zu 2019 um 40% (das Marktvolum im Jahr 2019 betrug 1,68 Milliarden Rubel). Der Hauptgrund für das Wachstum des Marktes ist die Coronavirus-Pandemie, die trotz fehlender strenger Quarantänemaßnahmen in Belarus einen Teil der Bevölkerung gezwungen hat, auf Selbstisolation umzusteigen. Der Umsatz im E-Commerce-Markt erreichte laut Statista im Jahr 2021 484 Millionen US-Dollar. Gleichzeitig wird erwartet, dass die jährliche Umsatzwachstumsrate in der Sphäre in den Jahren 2021-2025 4,7% betragen wird, was zu einem Anstieg des Marktvolums auf 581 Millionen US-Dollar bis 2025 führen wird.

Das Haupthindernis für die Entwicklung des elektronischen Geschäftsverkehrs in Belarus sind gesetzliche Beschränkungen. In Belarus ist derzeit der Internethandel mit rezeptfreien und verschreibungspflichtigen Arzneimitteln, Tierarzneimitteln, alkoholischen Getränken, Tabakwaren und Schmuck aus Edelmetallen verboten, während in Russland ist der Handel mit rezeptfreien und verschreibungspflichtigen Medikamenten, Schmuck berechtigt und bald auch der Verkauf von Alkohol erlaubt wird.

Ein weiterer Nachteil der heutigen gesetzlichen Regelung ist das komplizierte Verfahren zur Registrierung eines Online-Shops. Wenn Sie ein Online-Geschäft erstellen, ist es notwendig, es in mehreren Instanzen anzumelden, insbesondere im Handelsregister von Belarus und in "BelGIE". Gleichzeitig wird die Möglichkeit von Einkäufen über Marktplätze, Aggregatoren und sozialen Netzwerken ohne „physisches“ Geschäft verboten ist.

Ein potenzielles Problem des E-Commerce in Belarus ist die Unzufriedenheit des Ministeriums für Antimonopolregulierung und Handel mit der Situation in diesem Bereich. Das Ministerium ist über den sinkenden Anteil der in belarussischen Online-Shops verkauften inländischen Waren besorgt. Der Anteil inländischer Waren am Einzelhandel ist von 70,2% im Jahr 2010 auf 56,4% im Jahr 2021 gesunken.

Der erste Schritt zur Verbesserung der Branche wird darin bestehen, den Online-Handel mit Arzneimitteln und Tierarzneimitteln, Tabak- und Alkoholprodukten zu ermöglichen. Gleichzeitig ist es notwendig, einen Mechanismus zur Qualitätskontrolle und Zertifizierung gehandelter Produkte zu schaffen.

Darüber hinaus ist es notwendig, das Verfahren zur Anmeldung von Online-Shops zu vereinfachen. Dazu muss die doppelte Registrierung storniert werden oder die Erfahrung der USA übernommen werden, wo Sie einen Online-Shop mit Online-Diensten wie MaxFillings, MyCompanyWorks eröffnen können.

Das Problem der Verringerung des Anteils einheimischer Produzenten kann durch die Gewinnung von Käufern aus dem Ausland ausgeglichen werden. Dazu ist es notwendig, belarussische Marktplätze auf internationalen Markt zu bringen, wie es bei Amazon, AliExpress, eBay gemacht wurde. Dies wird die Verkaufsgeografie erweitern und die Einnahmen der inländischen Verkäufer steigern.

Zusammenfassend können wir sagen, dass sich der E-Commerce in Belarus aktiv entwickelt, aber es gibt mehrere Probleme, die dieses Wachstum behindern. Die Lösung dieser Probleme wird das stabile Wachstum dieser Sphäre gewährleisten.

M. Khripacheva

М.А. Хрипачева

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Е.Э. Шуранова

**DIE AUSWIRKUNGEN ANTIRUSSISCHER SANKTIONEN
AUF DIE GRÖßTEN INTERNATIONALEN UNTERNEHMEN
IN DEN VEREINIGTEN STAATEN**

**Влияние антироссийских санкций на крупнейшие международные
компании США**

Am 24. Februar 2022 kündigten die Vereinigten Staaten, wie auch einige andere Länder, die Einführung eines Sanktionspakets gegen Russland im Zusammenhang mit dem Ausbruch des Krieges in der Ukraine an. Im Gegenzug hat Russland Vergeltungsmaßnahmen gegen eine Reihe von Ländern verhängt, zum Beispiel ein Importverbot für Produkte aus den USA sowie aus der EU, Kanada, Norwegen und Japan.

Ziel dieser Studie ist es, den Zustand der größten internationalen Unternehmen in den USA am Beispiel der McDonald's-Kette von öffentlichen Catering-Restaurants zu analysieren, nachdem die USA Sanktionen gegen die Russische Föderation verhängt hatten.

Mitte Mai kündigte McDonald's die Schließung von rund 800 Restaurants in Russland an. Schauen wir uns also den Nettogewinn und den Umsatz der von Unternehmen betriebenen Restaurants für das 2., 3. und 4. Quartal 2022 an und vergleichen wir diese Daten mit ähnlichen Zeiträumen im Jahr 2021.

Zum Ende des 2. Quartals 2022 betrug der Nettogewinn des Unternehmens 1.188 Mio. USD, was 46% weniger als 2.219,3 Mio. USD im gleichen Zeitraum des Jahres 2021 entspricht. Der Umsatz aus Verkäufen in unternehmenseigenen Restaurants beträgt 2.112,8 Millionen US-Dollar, 15% weniger als 2.488,7 Millionen US-Dollar im Vorjahr [1].

Zum Ende des 3. Quartals betrug der Nettogewinn des Unternehmens 1981,6 Mio. USD, was bereits 8% weniger ist als 2149,9 Mio. USD im gleichen Zeitraum des Jahres 2021. Der Umsatz aus Verkäufen in unternehmenseigenen Restaurants beträgt 2.124,8 Millionen US-Dollar, 18% weniger als 2.598,4 Millionen US-Dollar im Vorjahr [2].