

На основе выявленной динамики экспорта и импорта Китая и Беларуси можно сделать вывод, что обе страны будут укреплять сотрудничество в цепочке поставок промышленных товаров и продолжать повышать уровень упрощения и либерализации торговли для снижения затрат.

Источники

1. Статистика двусторонней торговли и торгового баланса между Китаем и Беларусью в январе 2023 г. // SOHU.com. — URL: https://www.sohu.com/a/678063288_121134096 (дата обращения: 13.10.2024).

2. Что Китай покупал у Беларуси в 2023 году: топ-10 товарных позиций // Myfin.by. — URL: <https://myfin.by/article/rynki/cto-kitaj-pokupal-u-belarusi-v-2023-godu-top-10-tovarnyh-pozicij> (дата обращения: 17.11.2024).

Я. А. Капуста, Я. А. Харкович
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — А. В. Запольский, канд. экон. наук

АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ ПО РЕАЛИЗАЦИИ ПАРФЮМЕРНЫХ ТОВАРОВ ОАО «ЯБЛОКО БЬЮТИ МАРКЕТ» И ООО «МЕГАПЕРФЮМЕ»

Актуальность анализа структуры интернет-магазинов заключается в необходимости постоянной адаптации и совершенствования бизнес-процессов в условиях быстро меняющегося рынка, что поможет обеспечить устойчивый рост и конкурентоспособность. В ходе исследования была проанализирована работа двух однотипных интернет-магазинов, размещенных в доменной зоне .by и доменной зоне .ru, а также дана оценка их структуры и организации торговых процессов в них. В качестве исследуемых объектов были выбраны интернет-магазины, реализующие парфюмерные товары. А именно ОАО «Яблоко Бьюти Маркет» (<https://goldapple.by>) и ООО «Мегаперфюме» (<https://randewoo.ru>).

После проведения анализа была составлена сравнительная характеристика для оценки качества функционирующих интернет-магазинов по 10 показателям.

Числовые оценки показателей от 1 до 10 (наиболее важному критерию присваивается ранг — 10, наименее важному — 1) и рассчитанные весовые коэффициенты (В) важности ($B = R(\text{ранг}) / \sum R$) показателей качества функционирования интернет-магазина представлены в табл. 1.

Таблица 1

Ранги и весовые коэффициенты важности критериев

Показатель	Ранг	Весовой коэффициент (В)
Наличие информации о цене	10	0,18
Наличие условий оплаты	8	0,15
Наличие рекомендаций по применению товара	6	0,11
Наличие информации о производителе и импортере (если таковой имеется) товара	5	0,09
Наличие полей ввода данных о покупателе, способе доставки, адресе доставки	4	0,07
Способ регистрации покупателя	1	0,02
Наличие сведений о составе продукции	9	0,16
Наличие ссылок на мессенджеры и социальные сети магазина	2	0,04
Наличие раздела с акционными товарами	3	0,05
Наличие активного поля, формы и кнопки для выбора товара, указания его количества	7	0,13
Итого	55	1,00

Оценка по пятибалльной шкале интернет-магазинов по каждому показателю и расчет интегральных оценок для каждого интернет-магазина представлены в табл. 2.

Таблица 2

Оценки интернет-магазинов

Показатель	https://gold-apple.by	https://randewoo.ru
1	2	3
Наличие информации о цене	5,00	3,00
Наличие условий оплаты	3,00	4,00
Наличие рекомендаций по применению товара	4,00	5,00
Наличие информации о производителе и импортере (если таковой имеется) товара	4,00	4,00
Наличие полей ввода данных о покупателе, способе доставки, адресе доставки	3,00	2,00
Способ регистрации покупателя	5,00	3,00
Наличие сведений о составе продукции	4,00	4,00

1	2	3
Наличие ссылок на мессенджеры и социальные сети магазина	3,00	4,00
Наличие раздела с акционными товарами	3,00	5,00
Наличие активного поля, формы и кнопки для выбора товара	5,00	4,00
Интегральная оценка	4,02	3,82

Наивысшую интегральную оценку среди выбранных объектов для исследования имеет интернет-магазин <https://goldapple.by> — 4,02.

Источники

1. ОАО «Яблоко Бьюти Маркет» : офиц. сайт. — URL: <https://goldapple.by> (дата обращения: 20.11.2024).

2. ООО «Мегаперфюме» : офиц. сайт. — URL: <https://randewoo.ru> (дата обращения: 20.11.2024).

Е. Д. Карих
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — **С. В. Стасюкевич**

КОММЕРЧЕСКИЙ РИСК И ПУТИ ЕГО НЕЙТРАЛИЗАЦИИ

В условиях цифровизации экономики предприниматели постоянно сталкиваются с новыми вызовами: нестабильностью мировых финансовых рынков, изменениями в цепочках поставок, ростом влияния киберугроз.

Наиболее точным определением коммерческого риска, по нашему мнению, является определение, данное А. М. Германчук: «...коммерческий риск — вероятность возникновения непредвиденных потерь в процессе осуществления коммерческой деятельности предприятия и, как следствие — снижение ожидаемой прибыли» [1]. Нейтрализация коммерческого риска важна, так как неоправданные риски могут привести не только к финансовым, но и репутационным потерям. В целях нейтрализации коммерческих рисков активно используются следующие методы:

- страхование представляет собой систему отношений, возникающих при передаче предпринимателем другой стороне — страховой компании (страховщику) — финансовой ответственности за риски наступления определенных негативных событий и их последствия [2];
- избежание риска заключается в разработке таких мероприятий внутреннего характера, которые полностью исключают конкретный