

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

вид коммерческого риска. К числу основных мер относятся: отказ от продолжения хозяйственных отношений с партнерами, систематически нарушающими контрактные обязательства, отказ от осуществления коммерческих операций, уровень риска по которым чрезмерно высок, отказ от чрезмерного использования оборотных активов [3];

- механизм трансферта рисков (хеджирование) основан на частой их передаче партнерам по отдельным операциям. При этом хозяйственным партнерам передается та часть рисков предприятия, по которой они имеют больше возможностей нейтрализации их негативных последствий и располагают более эффективными способами внутренней страховой защиты. Широкое распространение получили следующие основные направления распределения рисков: между участниками инвестиционного проекта, между предприятием и поставщиками сырья и материалов [3];

- диверсификация — инструмент, способствующий снижению риска за счет использования организацией собственных средств в разных сферах для компенсации потерь в одной из них за счет другой [2].

Коммерческие риски являются неотъемлемой частью предпринимательской деятельности, влияя на устойчивость и эффективность бизнеса. Успешное управление коммерческими рисками повышает конкурентоспособность организации, укрепляет ее финансовую стабильность и способствует долгосрочному развитию.

Источники

1. *Германчук, А. М.* Управление коммерческой деятельностью организаций на основе маркетинга / А. М. Германчук. — Донецк : ДГУЭТ, 2000. — 276 с.

2. *Бондаренко, О. Г.* Управление коммерческим риском : учеб. пособие / О. Г. Бондаренко, В. Т. Гришина. — М. : Дашков и К°, 2018. — 147 с.

3. *Москвин, В. А.* Механизмы нейтрализации рисков / В. А. Москвин // Корпоративный менеджмент. — 1998–2023. — URL: https://www.cfin.ru/finanalysis/risk/inside_neutraliztn.shtml (дата обращения: 22.11.2024).

Е. Д. Карих
БГУУ (Минск)

Научный руководитель — Л. С. Климченя, канд. экон. наук, доцент

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Электронная коммерция сегодня является одним из наиболее быстроразвивающихся секторов мировой экономики, что делает изучение ее тенденций особенно актуальным. Электронная коммерция представляет деятельность в сфере продажи-покупки товаров и услуг