

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

в сети Интернет с использованием различных электронных устройств, таких как компьютеры, мобильные телефоны и планшеты.

Если говорить о Республике Беларусь, то, по данным исследования Statista, выручка от электронной коммерции с 2023 по 2027 г. вырастет на 13,38 %, а количество покупателей в интернете увеличится до 49,1 % [1].

В процессе исследования были выделены пять топ-тенденций электронной коммерции:

1) персонализация продаж и развитие торговли через социальные сети: в современном мире персонализация осуществляется на основе комплексного анализа личной информации клиента, его демографических характеристик, поведения в интернете, истории покупок и многих других данных. Ключевым аспектом здесь выступает присутствие компании в социальных сетях. На сегодняшний день социальные сети организаций заменили поиск компаний и продуктов по каталогам выставок [2];

2) голосовые помощники: внедрение голосовых помощников может позитивно сказаться на экономических показателях бизнеса, так как запросы обрабатываются быстрее, а расходы по оплате труда будут сокращаться;

3) AR- и VR-технологии: их применение в будущем будет набирать обороты, так как данное направление имеет ряд преимуществ, а именно удобство онлайн-шопинга будет сочетаться с качеством офлайн-покупок;

4) развитие headless-продаж, которые подразумевают автономную работу фронт- и бэкенда веб-сайта или приложения, т.е. контент доставляется на внешнюю платформу через API-интерфейсы, в результате чего покупатели смогут покупать онлайн через умные колонки, фитнес-гаджеты или даже умные холодильники;

5) расширение вариантов оплаты: чем больше вариантов оплаты, тем выше будет конверсия и больше новых покупателей. Кроме уже известных способов, вроде электронных кошельков, банковских карт и СБП, все более популярны оплата по QR-коду, а также форматы Buy Online, Pay In Store (BOPIS) и Buy Now, Pay Later (BNPL) [3].

Исходя из всего выше изложенного, можно сделать вывод, что тенденции развития электронной коммерции отражают стремительное внедрение технологий, трансформацию потребительских предпочтений и усиление конкуренции в цифровой среде. Компании, которые смогут адаптироваться к данным изменениям, будут активно использовать инновации и получат преимущества на рынке. Электронная коммерция продолжает играть ключевую роль в экономике.

Источники

1. E-commerce — перспективы отрасли в 2023 году // Банк БелВЭБ. — URL: <https://www.belveb.by/blog/business-1068-s/e-commerce-perspektivy-otrasli-v-2023-godu-39861-p/> (дата обращения: 16.11.2024).

2. Тренды: топ-6 тенденций развития глобальной интернет-торговли // СЭЗ «Гродноинвест». — URL: <https://grodnoinvest.by/press-center/trendy-top-6-tendencij-razvitiya-globalnoj-internet-torgovli/> (дата обращения: 16.11.2024).

3. Какие тенденции для электронной коммерции несет 2023 г. // Цифровой Элемент. — URL: <https://d-element.ru/about/blog/kakie-tendentsii-dlya-elektronnoy-kommertsii-neset-2023-god/> (дата обращения: 16.11.2024).

О. А. Касабуцкая

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — В. С. Голик, канд. экон. наук, доцент

КОНЦЕПЦИЯ МОЛОДЕЖНОГО ЭКОТУРИЗМА В РАМКАХ БЕЛОРУССКО-КИТАЙСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

На сегодняшний день взаимодействие Беларуси с Китаем открывает новые горизонты для развития белорусско-китайского туризма. В рамках данной работы рассматривается экотуризм, который предлагает гражданам Китая уникальные возможности для знакомства с белорусской культурой, традициями и природой. Ядром целевой аудитории выступают студенты и магистранты из Китая.

В целях развития белорусско-китайского туризма в 2022 г. был создан Комитет туристического сотрудничества с КНР Республиканского союза туристической индустрии. Открытие безвизового въезда для граждан Китая на срок до 30 дней стало значительным шагом к увеличению потока туристов. Расширяется и авиасообщение между нашими странами: 16 декабря «Белавиа» выполнит первый регулярный рейс по маршруту Минск — Урумчи — Минск.

Кроме посещения таких знаковых туристических объектов, как Минск и областные центры, о чем еще мечтают китайские туристы? Пожить в настоящей белорусской деревне! Большинство приехавших из Поднебесной — жители крупных городов. Они хотели бы переночевать в деревянном сельском доме, пообедать за одним столом с белорусской семьей, увидеть, как «гаспадарь» управляют по хозяйству. Также для китайцев важно пообщаться с живыми носителями нашей культуры, даже поучиться у них чему-то.

В БГЭУ обучается значительное количество студентов и магистрантов из Китая. Как показали результаты опроса, молодые люди заинтересованы в изучении культуры страны, в которой учатся, и могут стать активными участниками туристических программ, направленных на знакомство с уникальными природными ландшафтами и историческим наследием Беларуси. Учитывая их интерес к экологии и устойчивому развитию, экотуризм может стать для них не только способом отдыха, но и возможностью глубже понять белорус-