

США компания на рынке электронной коммерции «Amazon», согласно данным на 2023 год, имеет долю в 37,6 % от всех продаж в Интернете [6].

3. **Налоговые льготы.** В США существуют определенные налоговые льготы для компаний, работающих в сфере электронной коммерции. Одним из примеров таких налоговых правил является освобождение от «De Minimis». Этот термин происходит от латинской фразы, означающей «о минимальных вещах», отражая идею о том, что это исключение касается товаров относительно низкой стоимости. В соответствии с освобождением De Minimis, определенные товары, ввозимые в Соединенные Штаты со стоимостью ниже определенного порога, освобождаются от пошлин и налогов. Первоначально этот порог был установлен на уровне 200 \$ США, но позже был увеличен до 800 \$ США с принятием Закона об упрощении процедур торговли и обеспечении соблюдения правил торговли (ТФТЕА) в 2015 году [7].

Заключение. Зарубежный опыт применения электронной коммерции демонстрирует значительный прогресс и инновации в этой области. Однако, несмотря на все достижения, электронная коммерция продолжает развиваться и адаптироваться к меняющимся условиям и требованиям. Важно отметить, что успешное применение электронной коммерции требует не только технологических инноваций, но и соответствующих законодательных и регулятивных мер. В этом контексте зарубежный опыт может служить ценным источником знаний и идей для дальнейшего развития электронной коммерции в Республике Беларусь.

Список цитируемых источников

1. *Захаров, А.* Электронная коммерция: что это такое и как работает коммерция в интернете [Электронный ресурс] / А. Захаров. — Режим доступа: <https://www.calltouch.ru/blog/glossary/elektronnaya-kommerciya/> / Дата доступа: 20.04.2024. — Дата доступа: 23.04.2024.
2. *Головенчик, Г. Г.* Цифровая экономика : учеб. пособие / Г. Г. Головенчик. — Минск : Вышэйшая школа, 2022. — 312 с.
3. *Snyder, K.* 35 E-Commerce Statistics of 2024 / K. Snyder, K. Aditham [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.forbes.com/advisor/business/ecommerce-statistics/>. — Дата доступа: 23.04.2024.
4. *Buck, A.* eCommerce Market Size by Country [Updated 2024] [Электронный ресурс] / A. Buck. — Режим доступа: <https://www.mobiloud.com/blog/ecommerce-market-size-by-country>. — Дата доступа: 23.04.2024.
5. *Thomala, L. L.* Share of internet users in China as of June 2023, by activity [Электронный ресурс] / L. L. Thomala. — Режим доступа: <https://www.statista.com/statistics/236963/penetration-rate-of-internet-users-in-china/>. — Дата доступа: 23.04.2024.
6. *Chevalier, S.* Market share of leading retail e-commerce companies in the United States in 2023 [Электронный ресурс] / S. Chevalier. — Режим доступа: <https://www.statista.com/statistics/274255/market-share-of-the-leading-retailers-in-us-e-commerce/>. — Дата доступа: 23.04.2024.
7. *Язид* Как освобождение США от De Minimis влияет на предприятия электронной коммерции [Электронный ресурс] / Язид. — Режим доступа: <https://reads.alibaba.com/ru/how-us-de-minimis-exemption-affects-ecommerce-businesses/>. — Дата доступа: 23.04.2024.

УДК 331.101.3

В. В. Чудук, М. М. Хованская

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи, Республика Беларусь

СУЩНОСТЬ СТИМУЛИРОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Введение. В современном мире стимулирование трудовых ресурсов играет ключевую роль в повышении эффективности деятельности предприятия. На сегодняшний день эта тема актуальна, потому что работники являются основным ресурсом организации, и их мотивация и уровень удовлетворенности работой напрямую влияют на общую производительность.

Основная часть. Объектом организационного поведения являются работники организаций, представленные руководителями, специалистами, работниками вспомогательных служб. В свою очередь, работники организации являются основным ее ресурсом, так как именно от них зависит достижение целей организации. Для того, чтобы работники стремились к достижению целей организации необходимо, чтобы эта организация мотивировала их на это. Под мотивацией в данном случае понимается процесс побуждения себя или других к деятельности для достижения личных целей и (или) целей организации.

Одним из средств, с помощью которого может осуществляться мотивирование, является стимулирование. Стимулирование персонала — одна из главных задач, которой должен заниматься грамотный руководитель.

Мотивационная система, которая действует внутри организации, направлена на выполнение следующих задач:

- побуждение сотрудников более ответственно и качественно исполнять рабочие обязанности;
- уменьшение текучки кадров на предприятии со стремлением к полному устранению проблемы;
- организация благоприятной рабочей атмосферы внутри коллектива для комфортной работы;
- привлечение новых и удержание уже работающих на компанию специалистов с квалификацией;
- формирование уникальной корпоративной культуры, которая дополнительно мотивирует персонал;
- увеличение производительности труда работников без ухудшения их лояльности к руководству [1].

Различают 2 вида стимулирования трудовых ресурсов на предприятии: материальное стимулирование и нематериальное стимулирование.

Деньги — основной стимул к эффективной рабочей деятельности в современном мире. Именно материальные формы поощрений предпочитает большинство работников, поэтому данной категории стимулов всегда отдается наибольшее предпочтение (рисунок 1) [2].



Рисунок 1 — Формы материального стимулирования труда

Оклад является одной из форм оплаты труда и обычно используется для работников, занятых на полный рабочий день. Он обеспечивает стабильность и предсказуемость дохода, что может быть привлекательно для работников. Оклад определяется в трудовом договоре между работником и работодателем.

Премии позволяют дополнительно стимулировать работников к эффективному выполнению своих трудовых обязанностей. Премии могут выплачиваться отдельным сотрудникам или подразделениям, которые продемонстрировали лучшие результаты в течение определенного периода времени и в случаях, если работник (или отдел) выполнил установленный план работ.

Доплаты и надбавки являются дополнительными выплатами сотрудникам, которые начисляются им помимо заработной платы и включаются в систему оплаты труда. Они разделяются на две основные группы в зависимости от причин начисления:

- стимулирующие выплаты, которые мотивируют сотрудников к совершенствованию своих трудовых навыков, добросовестной или долгосрочной работе;
- компенсационные выплаты, которые призваны компенсировать сотруднику условия труда, которые отличаются от нормальных.

Доплаты могут выплачивать за: работу в ночное время или в ночную смену при сменном режиме работы;

- работу с вредными и (или) опасными условиями труда; работу в сверхурочное время; работу в государственные праздники, праздничные и выходные дни; отраслевые доплаты, по которым государственными органами установлены конкретные размеры; отраслевые доплаты, по которым государственными органами установлено предельное максимальное значение размера выплаты либо средств, направляемых на эти выплаты.

Надбавки, в свою очередь, могут выплачивать за: стаж работы в бюджетных организациях; работу по контракту; учёную степень и учёное звание; отраслевые надбавки, по которым государственными органами установлены конкретные размеры; отраслевые надбавки, по которым государственными органами установлено предельное максимальное значение размера выплаты либо средств, направляемых на эти выплаты.

Виды надбавок и доплат работодатель определяет самостоятельно по своему усмотрению за исключением тех ситуаций, когда он обязан их предоставить по нормам Трудового кодекса.

Бонусы представляют собой вид материального стимулирования, который применяется по усмотрению руководства. Поводом к выплате бонусов может служить заключение удачного и сверхприбыльного контракта, успешный запуск нового проекта. Правила и условия выплат должны быть прозрачны и ясны всем членам рабочего коллектива. Отсутствие прозрачности при выплате финансовых поощрений может вызывать чувство обмана и несправедливости в коллективе, что неизбежно приведет к снижению мотивации, ухудшит моральную обстановку и будет способствовать снижению результативности труда.

Формы нематериального стимулирования на предприятии отображены на рисунке 2 [3].

Персональная публичная похвала — это отличная возможность похвалить сотрудника за выдающиеся достижения. Таким образом можно показать не только хороший пример, но и мотивировать работника продолжать в том же духе. Так руководитель поддерживает желание работать, говорит, что его труд важен.

Признание и авторитет — это одна из потребностей по пирамиде потребностей Маслоу. И это дает карьерный рост, за счет чего менеджер удовлетворяет эти нужды. Следует предлагать перспективу продвижения по карьерной лестнице — это поможет удержать и стимулировать амбициозных сотрудников, которые есть в каждом бизнесе.

Проведение специальных курсов, тренингов, семинаров — благодаря этому можно не только повысить профессиональные навыки сотрудников, но и показать, что руководитель заинтересован в их развитии. Обучение — это один из популярных и в то же время крайне полезных способов увеличить продуктивность менеджеров.

Корпоративные мероприятия, тимбилдинг и т. п. повышают командный дух, создают неформальную обстановку. Благодаря этому сотрудники и целые отделы чувствуют себя одной командой, нечто большим, чем просто соседи по офисным столам. А значит, появляются доверие и взаимопомощь. Это нематериальное стимулирование полезно всей компании.



Рисунок 2 — Формы нематериального стимулирования труда

Также к методам стимулирования сотрудников можно отнести геймификацию. Геймификация, или использование в работе элементов игры — одна из форм подачи мотивации. Когда задачи становятся похожи на игру, люди больше вовлекаются в рабочий процесс. Самые распространенные механики геймификации — баллы за достижения, виртуальные награды и рейтинги. Данный вид стимулирования персонала реализуется в Системе Бизнес-Информации и Сервисы (СБИС) (рисунок 3) [4].

В этой системе рейтинги сотрудников сделаны в виде компьютерных гонок. Можно состязаться с коллегами в объемах продаж, числе заключенных сделок и даже количестве положительных отзывов клиентов. Участники выбирают транспорт и следят за ходом соревнования на карте гонки. Победителей ждет пьедестал почета. В качестве награды назначается денежный бонус или корпоративная валюта. Это еще один из способов мотивации сотрудников: виртуальную валюту можно копить и обменивать на подарки или дарить коллегам в качестве благодарности [4].



Рисунок 3 — Пример внедрения геймификации в СБИС

Заключение. В заключение можно сказать, что стимулирование трудовых ресурсов играет ключевую роль в повышении эффективности деятельности предприятия. Это не только мотивирует сотрудников к более высокой производительности, но и способствует улучшению общего морально-психологического климата в коллективе. Однако следует помнить, что система стимулирования должна быть сбалансированной и учитывать индивидуальные потребности каждого сотрудника. Только тогда она будет служить долгосрочным и устойчивым фактором повышения эффективности работы предприятия.

Список цитируемых источников

1. Рагимова, П. Методы стимулирования сотрудников [Электронный ресурс] / П. Рагимова // Генеральный директор. — Режим доступа: <https://www.gd.ru/articles/9930-metody-stimulirovaniya-personala>. — Дата доступа: 04.05.2024.
2. Виды материальной и нематериальной мотивации персонала [Электронный ресурс] // Директор по персоналу. — Режим доступа: <https://www.hr-director.ru/article/66264-qqq-16-m8-22-08-2016-vidy-motivatsii-personala>. — Дата доступа: 04.05.2024.
3. Гордовский, Д. Нематериальная мотивация персонала: примеры стимуляции сотрудников [Электронный ресурс] / Д. Гордовский. — Режим доступа: <https://www.calltouch.ru/blog/nematerialnaya-motivatsiya-personala-primery-stimulyatsii-sotrudnikov/>. — Дата доступа: 04.05.2024.
4. Торопова, А. Мотивация персонала в организации: как понять потребности сотрудников [Электронный ресурс] / А. Торопова // СБИС журнал. — Режим доступа: https://sbis.ru/articles/staff/motivatsiya_personala_v_organizatsyi. — Дата доступа: 04.05.2024.

УДК 347.751

В. В. Чудук, М. М. Хованская

Учреждение образования «Барановичский государственный университет»,
Барановичи, Республика Беларусь

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ И ЕЕ ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Введение. Электронная коммерция, или e-commerce, стала неотъемлемой частью современного бизнеса. В эпоху цифровизации и глобализации, она предоставляет возможности для мгновенного обмена товаров и услуг через границы и часовые пояса. В связи с ускоренным развитием различных экономических, социальных факторов актуальным остается вопрос, насколько правовое регулирование отношений в данной сфере в Республике Беларусь отвечает современным реалиям.