

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.

Основная часть. Электронная коммерция в Республике Беларусь представляет собой динамично развивающуюся сферу, которая привлекает все больше внимания как со стороны бизнеса, так и со стороны государства. Современные технологии, распространение интернета и мобильных устройств создают благоприятные условия для роста и развития этого направления.

В последние годы наблюдается стабильный рост объемов электронной коммерции в Беларуси. Это связано с рядом факторов: увеличением числа интернет-пользователей, развитием инфраструктуры для осуществления онлайн-покупок (включая системы электронных платежей и служб доставки), а также изменением потребительских предпочтений в пользу онлайн-шопинга.

Однако, несмотря на все преимущества и возможности, которые предоставляет электронная коммерция, в Беларуси существуют и определенные проблемы в этой области. Они связаны, в частности, с недостаточной развитостью некоторых аспектов законодательной базы, сложностями в области защиты прав потребителей и персональных данных, а также с некоторыми технологическими вопросами.

К основным нормативным правовым актам, которые регулируют правила электронной торговли, относятся:

1. Закон Республики Беларусь «О государственном регулировании торговли и общественного питания» от 8 января 2014 года определяет основные принципы государственного регулирования торговли и общественного питания в Республике Беларусь, а также меры, посредством которых осуществляется государственное регулирование данной отрасли.

В настоящем Законе используются следующие термины и их определения:

– торговля — предпринимательская деятельность, направленная на приобретение и продажу товаров с оказанием или без оказания услуг, связанных с продажей товаров, а также на продажу товаров собственного производства их производителями для личного, семейного, домашнего и иного подобного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью;

– общественное питание — предпринимательская деятельность, направленная на производство продукции общественного питания, продажу и (или) организацию потребления продукции общественного питания и товаров с оказанием либо без оказания услуг, связанных с осуществлением общественного питания;

Настоящий Закон регулирует отношения в области торговли и общественного питания, иные отношения, непосредственно связанные с такой деятельностью, в том числе возникающие между: государственными органами и юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями в связи с организацией и осуществлением торговли и общественного питания; субъектами торговли, субъектами общественного питания и иными юридическими лицами либо физическими лицами, в том числе индивидуальными предпринимателями, при осуществлении торговли и общественного питания.

Основными принципами государственного регулирования торговли и общественного питания являются: соблюдение равенства прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении торговли и общественного питания; недопустимость неправомерного вмешательства государственных органов в деятельность субъектов торговли, субъектов общественного питания и поставщиков товаров; приоритет экономических мер государственного регулирования торговли и общественного питания; обеспечение реализации права субъектов торговли, субъектов общественного питания на свободное обращение товаров; обеспечение реализации права на свободу выбора контрагента и товаров; ограничение, пресечение и предупреждение монополистической деятельности, создание равных условий для развития конкуренции; защита государством прав и законных интересов субъектов торговли, субъектов общественного питания, поставщиков товаров и покупателей [1].

2. Закон Республики Беларусь «Об информации, информатизации и защите информации» от 10 ноября 2008 года регулирует общественные отношения, возникающие при: поиске, получении, передаче, сборе, обработке, накоплении, хранении, распространении и (или) предоставлении информации, а также пользовании информацией; создании и использовании информационных технологий, информационных систем и информационных сетей, формировании информационных ресурсов; организации и обеспечении защиты информации.

В настоящем Законе используются следующие термины и их определения:

– информация — сведения о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах независимо от формы их представления;

– информатизация — организационный, социально-экономический и научно-технический процесс, обеспечивающий условия для формирования и использования информационных ресурсов и реализации информационных отношений;

– защита информации — комплекс правовых, организационных и технических мер, направленных на обеспечение конфиденциальности, целостности, подлинности, доступности и сохранности информации.

Правовое регулирование информационных отношений осуществляется на основе следующих принципов: свободы поиска, получения, передачи, сбора, обработки, накопления, хранения, распространения и (или) предоставления информации, а также пользования информацией; установления ограничений распространения и (или) предоставления информации только законодательными актами; своевременности предоставления, объективности, полноты и достоверности информации; защиты информации о частной жизни физического лица и персональных данных; обеспечения безопасности личности, общества и государства при поль-

зовании информации и применении информационных технологий; обязательности применения определенных информационных технологий для создания и эксплуатации информационных систем и информационных сетей в случаях, установленных законодательством [2].

3. Закон Республики Беларусь «Об электронном документе и электронной цифровой подписи» от 28 декабря 2009 года направлен на установление правовых основ применения электронных документов, определение основных требований, предъявляемых к электронным документам, а также правовых условий использования электронной цифровой подписи в электронных документах, при соблюдении которых электронная цифровая подпись в электронном документе является равнозначной собственноручной подписи в документе на бумажном носителе.

В настоящем Законе используются следующие термины и их определения:

– электронный документ — документ в электронном виде с реквизитами, позволяющими установить его целостность и подлинность, которые подтверждаются путем применения сертифицированных средств электронной цифровой подписи с использованием при проверке электронной цифровой подписи открытых ключей организации или физического лица (лиц), подписавших этот электронный документ;

– электронная цифровая подпись — последовательность символов, являющаяся реквизитом электронного документа и предназначенная для подтверждения его целостности и подлинности, а также для иных целей, предусмотренных настоящим Законом и иными законодательными актами.

Действие Закона распространяется на отношения в сфере обращения электронных документов и электронной цифровой подписи. Действие Закона не распространяется на отношения, возникающие при использовании иных аналогов собственноручной подписи, а также при обращении документов в электронном виде, подтверждение целостности и подлинности которых осуществляется без применения сертифицированных средств электронной цифровой подписи [3].

Проанализировав действующие нормативные правовые акты в Республике Беларусь, можно сделать вывод о том, что они не в полной мере регулируют правовые вопросы в области электронной коммерции. Отсутствие гарантированного обеспечения правового заверения электронных сделок и надежного механизма защиты законных прав и интересов потребителей, осуществляющих электронные сделки, можно отнести к факторам, замедляющим развитие данного направления в Республике Беларусь.

Для совершенствования законодательной базы электронной коммерции в Республике Беларусь следует подготовить нормативный акт «Об электронной торговле», в котором будут регулироваться следующие вопросы: общие положения, термины и их определения; сфера применения данного закона; регулирование государственных органов в сфере электронной торговли; определение субъектов и объектов электронной торговли; порядок проведения электронной торговли, порядок заключения договоров, установление способов оплаты, варианты доставки товаров и сроки; ответственность юридических лиц за ненадлежащее качество товара и нарушение сроков доставки.

Принятие данного нормативного акта позволило бы активизировать деятельность организаций в области электронной коммерции, а, следовательно, стимулировало бы рост рынка электронной коммерции в Республике Беларусь. Так, например, в Республике Азербайджан и в Республике Молдова уже действуют Законы «Об электронной торговле», а в Республике Казахстан Закон «Об электронной торговле» находится на стадии разработки.

Заключение. Нормативная правовая база электронной коммерции в Республике Беларусь постоянно развивается и совершенствуется. Однако, в Республике Беларусь отсутствует специальный правовой нормативный акт в сфере электронной коммерции, который бы закрепил правовые положения её осуществления и регулирования. Это необходимо для того, чтобы учесть все новые технологии и методы ведения бизнеса, а также для обеспечения защиты прав потребителей и продавцов. Важно, чтобы все участники рынка электронной коммерции были в курсе последних изменений в законодательстве и могли адекватно реагировать на них. Это поможет поддерживать здоровую конкурентную среду и способствовать дальнейшему развитию электронной коммерции в Республике Беларусь.

Список цитируемых источников

1. О государственном регулировании торговли и общественного питания [Электронный ресурс]: Закон Респ. Беларусь от 8 янв. 2014 г. № 128-3 : с изм. и доп. от 4 янв. 2021 г. № 81-3. — Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h11400128>. — Дата доступа: 05.05.2024.

2. Об информации, информатизации и защите информации [Электронный ресурс]: Закон Респ. Беларусь от 10 ноября 2008 года № 455-3 : с изм. и доп. от 10 окт. 2022 г. № 209-3. — Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=H10800455>. — Дата доступа: 05.05.2024.

3. Об электронном документе и электронной цифровой подписи [Электронный ресурс]: Закон Респ. Беларусь от 28 дек. 2009 г. № 113-3 : с изм. и доп. от 14 окт. 2022 г. № 213-3. — Режим доступа: <https://etalonline.by/document/?regnum=H10900113>. — Дата доступа: 05.05.2024.