

9. Eurostat: Official EU statistical data [Electronic resource] // European Union. – Luxembourg, 2023. – Mode of access: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/structural-business-statistics/information-on-data/small-and-medium-sized-enterprises>. – Date of access: 10.04.2023.

10. Monitoring innowacyjności polskich przedsiębiorstw [Electronic resource]. – Mode of access: https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/Raport_Monitoring-innowacyjnoci-polskich-przedsiębiorstw-IV-edycja-2022.pdf. – Date of access: 04.04.2023.

Крамаренко Анна Константиновна, annakramarenko@yandex.by, Брестский государственный технический университет.

A. Kramarenko,

PhD (Economics), Assistant Professor, Associate Professor of the Department of Accounting, Analysis and Audit, Brest State Technical University, e-mail: annakramarenko@yandex.by.

INNOVATIONS IN THE MARKET ACTIVITIES OF MICRO AND SMALL ENTERPRISES

The ability of micro and small enterprises (MSEs) to create and (or) practical use of innovations affects the improvement of business results and its competitiveness. To reveal the theme of the research, the author assesses the level of MSEs innovation activity in Belarus, which is based on the statistical description of MSEs innovativeness, and also the author examines the MSEs innovation conditions and problems in recent years. The author proposes to clarify the existing methodology for substantiating the apply support measures to the use of innovations, to ensure its IT application.

Keywords: innovative activity, innovative entrepreneurship, micro and small enterprises (MSEs).

УДК 339:004.738.5

В. Н. Олехнович¹, А. К. Крамаренко²,

¹студент Брестского государственного технического университета,
e-mail: olekhnovich.viktoriya@mail.ru;

²кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учёта,
анализа и аудита Брестского государственного технического университета,
e-mail: annakramarenko@yandex.by

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ И ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ

Выполнен технический анализ конструктивных особенностей интернет-объектов электронной коммерции в Республике Беларусь, рассмотрены функциональные и интерфейсные особенности организации web-сайтов существующих объектов электронной торговли, приведены базовые правовые основы осуществления бизнес-процессов подобного типа.

Ключевые слова: электронная коммерция, объект электронной торговли, web-сайт ОИП, интернет.

Эта работа рассматривает электронную коммерцию как бизнес, основанный на покупке и продаже товаров и услуг в интернете. Для эффективной реализации процессов электронной торговли необходимо иметь доступ к инструментальному средству, которое обеспечивает полный доступ пользователя к ресурсам объекта интернет-торговли (ОИТ), включая информацию

о товарах, расчеты за товары, доставку и другие функции. Цель данной работы заключается в исследовании особенностей функциональной и интерфейсной организации ОИТ, реализуемых в виде web-систем, а также в анализе законодательства Республики Беларусь, регулирующего этот вид коммерческой деятельности. Технический анализ доступных в Республике Беларусь ОИТ позволил систематизировать основные их конструктивные особенности:

- для ОИТ необходимо иметь доменное имя первого уровня (например, 21vek.by), однако его нельзя выбрать самостоятельно, так как доменные зоны определяются международной организацией ICANN. Доменное имя первого уровня является высшим уровнем в иерархии доменной системы имен, он указывает на национальную принадлежность сайта и является частью его уникального адреса в интернете. Доменные имена первого уровня могут иметь различные расширения, которые указывают на страну, в которой зарегистрирован домен. Например, доменное имя .by относится к Беларуси, .ru – к России, .com – к коммерческой сфере и т. д. Кроме того, существуют доменные имена первого уровня, которые не связаны с конкретными странами, например, .org, .net, .edu и др. Выбор доменного имени первого уровня очень важен для бизнеса, так как он отображает национальную принадлежность сайта и может повлиять на его репутацию. Кроме того, правильный выбор доменного имени может улучшить его поисковую оптимизацию и упростить запоминание для пользователей;

- для обеспечения удобной навигации по ресурсам ОИТ для пользователей с разным уровнем компьютерной подготовки необходимо иметь развитую базу, включающую web-сайт с понятным пользовательским интерфейсом. Это позволит облегчить доступ к ресурсам и упростить процесс использования сайта, что повысит эффективность работы пользователя с ресурсами ОИТ. Для создания понятного пользовательского интерфейса необходимо учитывать потребности пользователей и особенности используемых ресурсов.

Для этого можно использовать различные методы, например, провести исследование пользователей, определить основные задачи, которые они пытаются решить на сайте, и разработать интерфейс, который будет наиболее удобен для их выполнения. При разработке пользовательского интерфейса необходимо также учитывать принципы удобочитаемости, доступности и наглядности.

Для этого можно использовать различные элементы дизайна, например, понятные иконки, подсказки при наведении курсора, простые и понятные шрифты и др. Важным аспектом разработки пользовательского интерфейса является его адаптивность под различные типы устройств, например, настольные компьютеры, планшеты, мобильные телефоны и др.

Для этого можно использовать адаптивный дизайн, который позволит сайту автоматически изменять свой вид и размеры под различные устройства и разрешения экрана;

- ресурсы ОИТ включают в себя главную страницу, каталог товаров с детальной информацией по каждой позиции, прайс-лист, поисковую систему, систему регистрации и авторизации пользователей, систему формирования и подтверждения заказа, систему поддержки клиентов, а также раздел для партнеров, где они могут ознакомиться с условиями сотрудничества и получить необходимую информацию о продуктах или услугах, которые они могут предложить своим клиентам. Кроме того, ресурсы ОИТ могут включать различные дополнительные сервисы, такие как онлайн-консультации, техническая поддержка, онлайн-оплата и др. Они могут помочь упростить процесс покупки и сделать его более удобным для пользователей. Для обеспечения эффективной работы ресурсов ОИТ необходимо также иметь систему аналитики, которая позволяет отслеживать посещаемость сайта, поведение пользователей на сайте, эффективность маркетинговых кампаний и др. Это помогает оптимизировать работу ресурсов и увеличить их эффективность;

- для удобства поиска и выбора товаров в ОИТ могут быть реализованы фильтры, которые позволяют сортировать товары по различным критериям, таким как название, дата, цена, характеристики товара, бренд или категория. Фильтры облегчают поиск нужного товара и позволяют пользователю быстро найти интересующую его позицию. Кроме того, важным элементом ОИТ является наличие детальной информации о каждом товаре. Это включает в себя описание товара, его характеристики, изображения, видеообзоры и отзывы покупателей. Такая информация помогает пользователям сделать более осознанный выбор и уменьшить количество возвратов товаров из-за несоответствия ожиданиям. Также для удобства пользователей можно реализовать систему сохранения товаров в «избранное», что позволяет пользователям быстро найти и сравнить интересующие их товары в будущем. В целом, удобный и информативный интерфейс, а также эффективная система фильтрации и поиска товаров являются ключевыми элементами, обеспечивающими удобство и удовлетворенность пользователями ресурсами ОИТ;

- система сравнения товаров по характеристикам является еще одним полезным элементом ресурсов ОИТ. Эта система позволяет сравнить несколько товаров по различным характеристикам, таким как цена, размер, вес, материал и другие параметры, что помогает пользователям принять более осознанное решение о покупке. Кроме того, система сравнения также может включать в себя отзывы покупателей, которые помогают пользователям понять, насколько реальны и достоверны заявленные характеристики товаров. Это позволяет пользователям сделать более обоснованный выбор и уменьшить вероятность недовольства покупкой. В целом, система сравнения товаров является важным элементом ОИТ, который помогает пользователям сделать осознанный выбор и увеличить уровень доверия к ресурсу;

- система автоматизации обработки заказов, которая обычно скрыта от пользователя, предназначена для обеспечения высокого уровня обслуживания клиентов (быстрой обработки, надежности и т. д.). Однако, магазин, который торгует ограниченным набором товаров и имеет узкую специали-

зацию, может справляться без автоматизации этого процесса. В таком случае заказы поступают непосредственно к менеджерам по продажам, которые занимаются работой с клиентами, проверяют наличие товара на складе, организуют доставку и контролируют оплату. Чем больше товаров в каталоге ОИТ и заказов, тем больше нуждается он в автоматизации. В автоматизированных торговых системах при поступлении заказа система сама проверяет наличие товара на складе и сообщает клиенту о возможном изменении сроков доставки в случае отсутствия товара на складе. Кроме того, система автоматически формирует счет на оплату, уведомления об отправке товара и отслеживает статус доставки заказа. Это существенно сокращает время обработки заказа и повышает эффективность работы магазина. Также автоматизация позволяет магазину сократить затраты на персонал и уменьшить количество ошибок в процессе обработки заказов;

- система оплаты. Онлайн-магазины предоставляют два основных способа оплаты товаров: оплата при получении и предоплата. Клиент может оплатить товар наличными, если он получает его от курьера или через почту наложенным платежом. Оплата в магазине возможна, если клиент заказывает товар онлайн. Предоплата может осуществляться банковским переводом, кредитной картой, почтовым переводом или через платежные системы, такие как MasterCard, Visa, WebMoney, EasyPay, Assist, BePaid, WebPay, iPay и другие. Для удобства клиентов на сайтах магазинов имеются разделы, где подробно описывается каждый вид оплаты, а также инструкции по процедуре оплаты. Онлайн-магазины интегрируются с различными платежными системами для удобства своих клиентов, что позволяет им выбирать наиболее удобный и безопасный способ оплаты. Также, для обеспечения безопасности платежей, многие магазины используют сертификаты безопасности SSL, которые защищают данные клиента при передаче их через интернет. Кроме того, системы оплаты могут предоставлять различные скидки и бонусы при определенных условиях оплаты, например, при использовании определенной кредитной карты. Онлайн-магазины стремятся сделать процесс оплаты наиболее простым и удобным для своих клиентов, чтобы увеличить уровень удовлетворенности и повысить лояльность к своему бренду;

- интеграция со службами доставки является важным компонентом для любого онлайн-магазина, так как позволяет упростить и ускорить процесс доставки товаров. В зависимости от местоположения клиента и выбранного товара, магазин может предложить несколько вариантов доставки, среди которых могут быть доставка курьером, бесплатная доставка, самовывоз, AutoLight Express, DPD, Белпочта, Европочта, M&M Express, ГлавДоставка, Доставыч, Пони экспресс и др.

Для удобства клиентов на сайтах магазинов обычно имеются разделы, где можно ознакомиться с условиями доставки, а также рассчитать стоимость и сроки доставки. Кроме того, интеграция со службами доставки позволяет магазинам автоматически формировать накладные и отслеживать статус доставки заказа, что повышает качество обслуживания клиентов;

- в интернет-магазинах может быть реализована временная корзина, которая доступна гостям, т. е. пользователям, не зарегистрированным на сайте. Эта корзина позволяет временно сохранять выбранные товары и продолжать покупки в любое время, а также быстро оформлять заказ при необходимости. Также для зарегистрированных пользователей может быть доступна постоянная корзина, которая сохраняет выбранные товары даже после выхода из аккаунта. Это позволяет удобно продолжать покупки в любое время, а также быстро оформлять заказы при необходимости. Дополнительно, в постоянной корзине может быть реализована функция сохранения списка желаемых товаров для покупки в будущем;

- в онлайн-магазинах, где товары продаются не только в одной валюте, но и международно, важно обеспечивать корректный расчет цен и обновление курса валют. Для этого магазины могут использовать автоматическую систему обновления курса валют, которая базируется на курсах, установленных Национальным банком Республики Беларусь. Эта система позволяет автоматически обновлять цены товаров и пересчитывать их в другую валюту, что упрощает процесс покупки и повышает удобство для покупателей. Данные обновления особенно важны в условиях колебаний курса валют, что позволяет обеспечивать точность расчета стоимости товаров и избежать ошибок в оплате;

- развитая система отзывов покупателей в онлайн-магазинах играет важную роль в формировании имиджа магазина и помогает другим покупателям сделать правильный выбор товара. Покупатели могут оставлять отзывы о товаре, оценивать его по различным критериям, делиться своим опытом использования и рекомендовать его другим покупателям. Также важным элементом системы отзывов является возможность ответа продавцом на отзывы, что позволяет решать возникающие проблемы и улучшать качество обслуживания клиентов. Некоторые магазины предоставляют возможность фильтрации отзывов по различным параметрам, таким как оценка, дата, тип товара и др. Это позволяет покупателям быстро находить нужную информацию и принимать обоснованные решения о покупке. Кроме того, хорошо организованная система отзывов может способствовать повышению лояльности клиентов и увеличению продаж в магазине;

- мобильная версия онлайн-интернет торговли (ОИТ) является неотъемлемой частью современного электронного бизнеса. Сегодня большинство пользователей предпочитает покупки через смартфоны и планшеты, поэтому обеспечение удобной мобильной версии сайта становится особенно важным. Мобильная версия должна быть оптимизирована для разных устройств и размеров экранов, иметь более простой и понятный интерфейс, чтобы пользователи могли легко находить необходимые товары, оформлять заказы и проводить оплату.

Важным компонентом мобильной версии ОИТ является облегченная интерфейсная структура, которая позволяет быстро загружать страницы и не перегружать мобильные устройства.

В целом, вышеуказанным критериям соответствуют следующие популярные ОИТ, исследованные авторами:

- *21 век*. Это крупнейший интернет-магазин в Беларуси, где доступен широкий ассортимент товаров, включая бытовую технику, электронику, товары для детей, а также сантехнику. В каталоге представлено более 180 000 товаров, и за 13 лет работы компания заслужила доверие и уважение клиентов. Кроме того, здесь предусмотрены возможности покупки в кредит или рассрочку;

- *5 элемент*. Это онлайн-супермаркет, который специализируется на продаже электроники и бытовой техники, но также предлагает широкий ассортимент других товаров, включая автотовары, светильники, посуду, детские товары, инструмент и оборудование. Компания была основана в 1994 году, и на сегодняшний день имеет 49 физических магазинов по всей территории Беларуси, а их онлайн-магазин предлагает обширный выбор товаров;

- *Электросила*. Этот магазин является официальным дилером известных мировых брендов бытовой техники, аудио- и видеоборудования на белорусском рынке. Они регулярно проводят рекламные акции на своем сайте и привлекают покупателей широким выбором товаров по демократичным ценам и качественным обслуживанием;

- *ОМА*. Это крупнейшая сеть магазинов в Республике Беларусь, которая специализируется на инструментах, стройматериалах, товарами для дома, сада и огорода. Каталог онлайн-магазина содержит продукцию ведущих брендов, которые знамениты своим качеством. ОМА является лидером в сфере поставок высококачественной продукции, поэтому цены на товары на сайте являются доступными;

- *Aliexpress*. Этот всемирно известный интернет-магазин предлагает широкий ассортимент товаров со всего мира. Здесь можно найти практически все, что только можно купить. Акции, скидки и распродажи делают покупки здесь особенно выгодными. Несмотря на огромное количество категорий и наименований товаров, интерфейс сайта довольно прост, а каталоги оформлены грамотно, что облегчает поиск нужных товаров.

В целом, можно констатировать, что электронная коммерция в Республике Беларусь соответствует основным моделям бизнес-процессов, характерных для данного вида деятельности. Рассмотрим их подробнее.

B2B, B2C и C2C – это три основных модели бизнеса в интернет-торговле.

B2B (Business-to-Business) – модель бизнеса, в которой компания предлагает свои товары или услуги другой компании. В Республике Беларусь существует множество компаний, которые работают по модели B2B, например, компании, специализирующиеся на продаже и поставке оборудования для производств и предприятий.

B2C (Business-to-Consumer) – модель бизнеса, в которой компания продает свои товары или услуги конечному потребителю. На рынке Республики

Беларусь существует множество компаний, которые работают по модели B2C, например, магазины бытовой техники и электроники, продуктовые супермаркеты, онлайн-магазины.

C2C (Consumer-to-Consumer) – модель бизнеса, в которой потребители продают и покупают товары друг у друга. На рынке Республики Беларусь существует множество интернет-площадок, где пользователи могут купить или продать товары друг другу, например, OLX, Avito, Deal.by.

Экономика, основанная на знаниях и инновациях, подразумевает создание и продажу продуктов и услуг, которые основываются на новейших технологиях, передовых знаниях и исследованиях. В этой экономике ценятся творческие решения, интеллектуальная собственность, высококвалифицированные работники и эффективное использование информационных технологий.

Электронное взаимодействие в различных сферах, таких как B2B, C2C и B2C, позволяет предпринимателям и потребителям быстро и эффективно обмениваться информацией, заказывать товары и услуги, оплачивать их и получать доставку. Более того, такой подход способствует сокращению времени на проведение сделок и реализацию бизнес-идей.

Беларусь имеет высокий потенциал для развития электронной коммерции, благодаря широкому охвату населения интернетом и готовности к использованию современных технологий. Более трех миллионов пользователей широкополосного интернета на начало 2020 года говорят о том, что возможности для развития электронной коммерции в Беларуси очень перспективны [1].

Правовые основы осуществления интернет коммерции. В соответствии с законодательством Республики Беларусь, в том числе Законом Республики Беларусь «О защите прав потребителей» [2–4]:

1) при продаже товаров по образцам через ОИТ до сведения потребителя должна доводиться следующая информация:

- на главной странице сайта ОИТ:
- полные реквизиты организации (индивидуального предпринимателя);
- дата регистрации в Торговом реестре Республики Беларусь;
- режим работы;
- на любой странице сайта и интернет-магазина:
- образец документа, подтверждающего факт приобретения товара, который продавец обязан выдавать покупателю вместе с товаром;
- информация о возможности оплаты товара путем дистанционного перечисления денежных средств;
- информация о товаре в соответствии законодательством.

2) продавец должен предоставить потребителю возможность оплаты товара, приобретенного в интернет-магазине, через различные способы дистанционного перечисления денежных средств. Эти способы могут включать использование автоматизированной информационной системы единого расчетного и информационного пространства (АИС «Расчет»), мобильного

и интернет-банкинга, банковских пластиковых карточек, касс банков и объектов почтовой связи, а также наложенный платеж при доставке товаров по почте или иные платежные способы, гарантирующие перечисление денег на расчетный счет продавца. Информация об этих способах расплаты должна быть размещена на сайте интернет-магазина.

3) При доставке товара потребителю должна быть предоставлена также информация об условиях эффективного и безопасного использования товара.

4) Вся информация должна доводиться до сведения потребителя на белорусском или русском языке.

5) Цена товаров должна указываться исключительно в белорусских рублях. Указание цены в белорусских рублях и иностранной валюте или условных единицах на сайте ОИТ не допускается.

6) При предоставлении скидок информация об их размере доводится до покупателей в процентном отношении к установленной цене товаров либо в абсолютном выражении в денежных единицах.

7) В момент доставки товара потребитель вправе отказаться от приобретения товара без возмещения продавцу расходов, если потребителю не была предоставлена вся необходимая информация о товаре.

8) Продавец обязан принять претензию потребителя и рассмотреть ее в установленном Законом Республики Беларусь «О защите прав потребителей» порядке.

Динамика изменения объема сделок в электронной коммерции. Рисунок 1 отражает объем сделок электронной коммерции в Республике Беларусь за 2021 год.

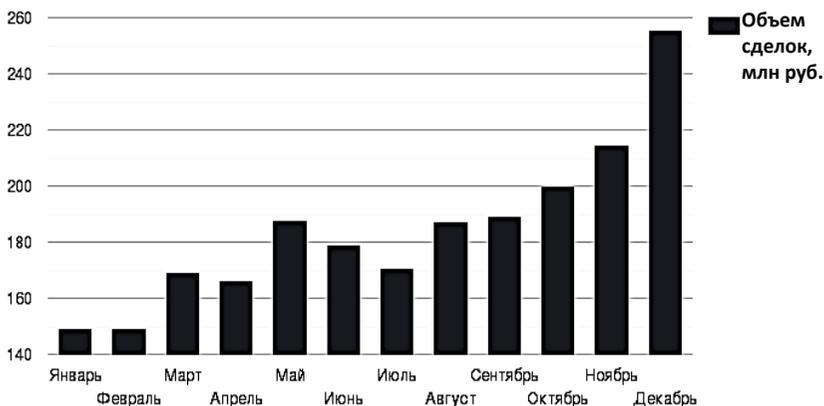


Рисунок 1 – Объём сделок в электронной коммерции Республики Беларусь за 2021 год

Из данной статистики видно, что этот сектор экономики продолжает демонстрировать стабильный рост.

При этом, в течение года наблюдалось неравномерное распределение объёма сделок по месяцам. Самым успешным месяцем стал декабрь, когда было совершено наибольшее количество сделок. Это связано с праздничным сезоном и увеличенным спросом на товары и услуги.

Также можно отметить растущий вклад мобильной коммерции в общий объём сделок. По мере развития технологий и распространения мобильных устройств, все больше людей предпочитают совершать покупки через приложения и мобильные сайты.

В целом, статистика свидетельствует о том, что электронная коммерция продолжает развиваться в Беларуси и имеет значительный потенциал для дальнейшего роста.

Список литературы

1. Алексеенко, Т. С. Теоретические подходы и национальные особенности электронной торговли [Электронный ресурс] / Т. С. Алексеенко // Бизнес. Образование. Экономика : Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 1–2 апр. 2021 г. : сб. ст. / редкол.: В. В. Манкевич [и др.]. – Минск : Ин-т бизнеса БГУ, 2021. – С. 297–301. – Режим доступа: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/269934>. – Дата доступа: 14.04.2023.

2. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Национальный центр правовой информации Республики Беларусь. 2003–2023. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=U01402377>. – Дата доступа: 27.03.2023.

3. Крамаренко, А. К. Отдельные направления реализации государственного регулирования деятельности малого предпринимательства в Республике Беларусь / А. К. Крамаренко // Вести Полоцк. гос. ун-та Сер. Д. Экон. и юрид. науки. – 2022. – С. 28–34.

4. Беляцкая, Т. Н. Электронная экономика: теория, методология, системный анализ [Электронный ресурс] / Т. Н. Беляцкая. – Минск : Право и экономика, 2017. – 283 с. – Режим доступа: <https://e-catalog.nlb.by/Record/BY-NLB-br0001273961>. – Дата доступа: 14.04.2023.

Олехнович Виктория Николаевна, olekhnovich.viktoriya@mail.ru, Брестский государственный технический университет.

Крамаренко Анна Константиновна, annakramarenko@yandex.by, Брестский государственный технический университет.

V. Olekhnovich¹, A. Kramarenko²

¹Student of Brest State Technical University, e-mail: olekhnovich.viktoriya@mail.ru;

²Ph. D in Economics, Brest State Technical University, e-mail: annakramarenko@yandex.by.

E-COMMERCE IN THE REPUBLIC OF BELARUS: INSTRUMENTAL AND LEGAL FRAMEWORK

A technical analysis of the structural features of Internet objects of e-commerce in the Republic of Belarus has been carried out in this work. The functional and interface features of organizing websites of existing e-commerce objects are considered, and the basic legal foundations for conducting business processes of this type are provided.

Keywords: E-commerce; e-commerce object, website of e-commerce object, Internet.