

которые могут быть использованы для получения услуг от других пользователей [2].

Существуют платформы, такие как Timebanking, где участники могут обмениваться услугами, начисляя себе часы для получения услуг от других участников. Например, если человек потратил час на помощь другому участнику, он получает час, который может использовать для получения помощи или услуги от кого-то другого. Эта модель поощряет сотрудничество и поддержку в сообществе, снижая необходимость в денежных транзакциях.

Экономика будущего без денег — направление, которое ставит под сомнение традиционные представления о денежных системах. Системы, основанные на бартере и токенизации, предлагают новые возможности для обмена и распределения ресурсов. Они позволяют создать более устойчивые и справедливые модели, способствующие развитию сообществ и снижению зависимости от централизации [3]. В то время как существующие модели экономики продолжают эволюционировать, инновационные идеи будут интегрироваться в повседневную жизнь людей и влиять на финансовые структуры и социальные отношения в будущем.

Источники

1. Argentina's Barter Network: New Currency for New Times // JSTOR Home. — URL: <https://www.jstor.org/stable/27733572> (date of access: 18.11.2024).

2. Что такое reALT, ремейк модели \$ALT // Binance. — URL: <https://www.binance.com/ru/square/post/8089939648242> (дата обращения: 18.11.2024).

3. Экономика без денег // Хабр. — URL: <https://habr.com/ru/sandbox/64676/> (дата обращения: 18.11.2024).

Е. В. Костюкевич, Ш. Е. Малиев
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Е. В. Андрос

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА И СФЕРЫ УСЛУГ

Развитие потребительского рынка и сферы услуг занимает ключевую роль в современной экономике, формируя значительную часть ВВП и обеспечивая миллионы рабочих мест. В условиях стремительной цифровизации эта отрасль сталкивается с новыми вызовами и возможностями. Одной из ключевых тенденций является широко-масштабная дигитализация. Современные технологии меняют взаи-

модействие бизнеса с клиентами. Компании внедряют цифровые платформы, которые позволяют автоматизировать процессы, предлагать персонализированные услуги и оптимизировать затраты [1].

Не менее значимой является ориентация на устойчивое развитие. Современные потребители все чаще выбирают экологически ответственные компании, которые используют перерабатываемые материалы, внедряют безотходное производство и минимизируют углеродный след. Кроме того, важную роль играет повышение значимости клиентского опыта. Компании стремятся удовлетворять базовые потребности и предлагать уникальные впечатления клиентам. Среди других тенденций можно выделить развитие экономики совместного потребления. Платформы каршеринга, аренды недвижимости и совместного использования ресурсов демонстрируют стабильный рост, что позволяет снизить затраты для потребителей.

Однако наряду с положительными изменениями потребительский рынок и сфера услуг сталкиваются с рядом проблем, сдерживающих их развитие.

Во-первых, одной из главных проблем является низкая адаптивность многих компаний к изменениям. Во-вторых, остро стоит проблема нехватки квалифицированных кадров. Третьей проблемой является высокая конкуренция. Компании вынуждены снижать цены, что уменьшает маржинальность и препятствует долгосрочным инвестициям в развитие [2].

Нестабильность потребительского спроса также остается значимой проблемой. Колебания экономической ситуации, падение доходов населения и рост инфляции затрудняют прогнозирование и планирование деятельности.

Неравномерное развитие регионов также негативно влияет на доступность современных услуг. В малых городах и сельской местности потребители часто сталкиваются с ограниченным выбором товаров и услуг, что усиливает региональное неравенство [3].

Для преодоления этих проблем необходимы комплексные меры. Прежде всего важно стимулировать внедрение технологий, которые повысят эффективность и конкурентоспособность бизнеса. Обучение кадров, поддержка малого и среднего бизнеса, улучшение инфраструктуры также должны стать приоритетными направлениями.

В заключение развитие потребительского рынка и сферы услуг в современных условиях требует гибкости, ориентации на инновации и адаптации к меняющимся потребностям клиентов. Компании, способные внедрять новые подходы, оптимизировать процессы, будут успешнее справляться с вызовами и формировать устойчивые конкурентные преимущества.

Источники

1. Аникина, И. Д. Цифровизация потребительского рынка: тенденции и перспективы / И. Д. Аникина, Е. А. Колесникова // Журнал экономических исследований. — 2022. — № 4. — С. 12–18.

2. Кузнецова, Н. В. Персонализация услуг как фактор конкурентоспособности / Н. В. Кузнецова, П. А. Романов // Маркетинг и аналитика рынка. — 2022. — № 3. — С. 23–30.

3. Смирнов, И. С. Нестабильность спроса на рынке услуг: причины и пути решения / И. С. Смирнов // Журнал экономических и социальных исследований. — 2023. — № 9. — С. 67–72.

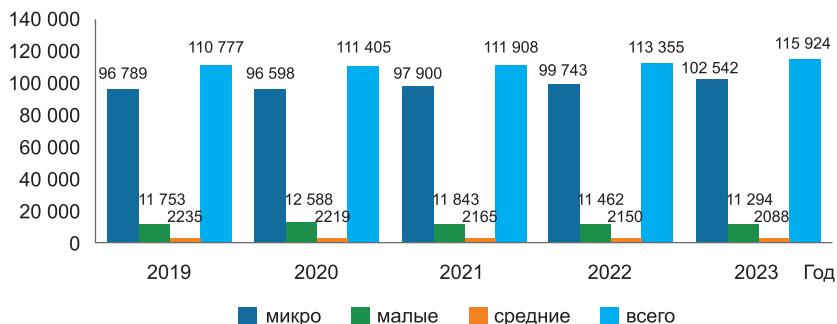
О. В. Костюкевич, Д. Д. Кальницких
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — **И. М. Микулч**, канд. экон. наук, доцент

РОЛЬ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В ЭКОНОМИКЕ БЕЛАРУСИ

В современном мире малый и средний бизнес имеет большое значение в экономике страны. Малое и среднее предпринимательство (МСП) стимулирует экономический рост за счет создания рабочих мест и развития инноваций. МСП также способствует формированию эффективной конкурентной среды, противодействуя монополизации рынка и обеспечивая потребителям больший выбор товаров и услуг по более выгодным ценам. В развитых странах его доля в ВВП составляет от 50 до 70 %. Вклад малого и среднего бизнеса в ВВП Беларуси находится на уровне 25,2 % от ВВП (в 2023 г.) [1].

На конец прошлого года в Беларуси насчитывалось 115 924 организации малого и среднего бизнеса, что на 2,3 % больше, чем в 2022 г. Большинство из них (88,5 %) составляли микроорганизации (102 542), а доля малых и средних организаций составила 9,7 % (11 294) и 1,8 % (2088) соответственно [2].



Динамика количества субъектов МСП в Беларуси за 2019–2023 гг.