

2. Беларусь в цифрах, 2024 // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — URL: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_compilation/index_95662/ (дата обращения: 22.11.2024).

3. Сектор услуг в мировом хозяйстве // Профильное обучение. — URL: <http://profil.adu.by/mod/book/tool/print/index.php?id=1861> (дата обращения: 22.11.2024).

И. Д. Нехвядович, Е. В. Аехименя
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Л. С. Пацай, канд. экон. наук, доцент

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ВЫЗОВЫ

Изменения в потребительских предпочтениях создают как вызовы, так и новые возможности для международной торговли. В условиях глобализации, когда товары и услуги свободно перемещаются между странами, важно понимать, как эти тренды влияют на бизнес-практики и стратегии компаний.

Изменения в потребительских предпочтениях:

- увеличение спроса на экологически чистые и устойчивые продукты. Согласно исследованию Nielsen 73 % потребителей готовы менять свои привычки ради уменьшения негативного влияния на окружающую среду. Это подтверждается ростом продаж экологически чистых продуктов: в 2021 г. рынок органических продуктов увеличился на 12 %, достигнув 50 млрд долл. США;

- переход к цифровым технологиям и онлайн-торговле. Объем мировых онлайн-продаж в 2022 г. составил более 4 трлн долл. США, что на 16 % больше по сравнению с предыдущим годом. Удобство онлайн-платформ, широкий ассортимент и возможность сравнения цен делают их привлекательными для покупателей.

Роль технологий в трансформации потребительского рынка:

- влияние больших данных и аналитики на маркетинговые стратегии. Например, Starbucks использует аналитику для определения местоположения новых магазинов на основе покупательского поведения;

- развитие мобильных платежей и электронных платформ. Объем мобильных платежей в мире достиг 1,5 трлн долл. США в 2022 г.

Актуальные проблемы развития потребительского рынка:

1. Неравномерность развития потребительского рынка в разных странах и регионах. В странах с высоким уровнем дохода уровень потребления на душу населения составляет более 40 тыс. долл. США, тогда как в развивающихся странах этот показатель не превышает 5 тыс. долл. США.

2. Проблемы доступности товаров и услуг для населения с низкими доходами. По данным ООН, более 700 млн людей живут за чертой бедности и имеют ограниченный доступ к базовым товарам и услугам.

3. Рост цен на товары и услуги и инфляция. В 2022 г. инфляция в США достигла рекордного уровня — 9 %, что привело к увеличению цен на основные товары.

4. Проблемы обеспечения качества товаров и услуг. Около 30 % потребителей столкнулись с проблемами качества при покупке товаров в 2021 г.

Рекомендации по улучшению регулирования потребительского рынка:

- разработка программ поддержки населения с низкими доходами для повышения доступности товаров;
- ужесточение контроля за качеством товаров и услуг для защиты прав потребителей;
- создание эффективных механизмов защиты прав потребителей через законодательные инициативы;
- мониторинг влияния геополитических факторов на рынок;
- поддержка инновационных решений.

Источники

1. Nielson : [website]. — URL: <https://www.nielsen.com> (date of access: 16.12.2024).

2. eMarketer : [website]. — URL: <https://www.emarketer.com> (date of access: 16.12.2024).

3. World Trade Organization : [website]. — URL: <https://www.wto.org> (date of access: 16.12.2024).

СНИЛ «Гандаль»

П. А. Окулич

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — А. В. Кармызов, канд. экон. наук

ВАЛЮТНЫЕ РИСКИ И СПОСОБЫ СТРАХОВАНИЯ ОТ НИХ

Валютный риск — опасность возникновения убытков вследствие неблагоприятных изменений курса валюты платежа при совершении торговых, кредитных, валютных и других операций [1]. Наиболее популярным методом расчета валютного риска является параметрический метод VaR (дельта-нормативный или дельта-гамма). Рассмотрим дельта-нормативный, так как он обладает следующими преимуществами: быстрота расчетов и простота реализации. Значение VaR, согласно дельта-нормальному методу, рассчитывается по формуле