

ТРАНСФОРМАЦИЯ СФЕРЫ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ НОВЫХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПАРАДИГМ: ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ

Сфера услуг, выступающая ядром социально-потребительского комплекса, переживает период фундаментальной трансформации, движимой цифровизацией, обострением конкуренции и эволюцией потребительских ценностей. Раскрытие ее значительного экономического потенциала напрямую зависит от способности идентифицировать и адекватно реагировать на актуальные вызовы. Целью данного исследования является анализ ключевых тенденций и системных проблем, определяющих современный ландшафт и перспективы развития сектора услуг.

Современная динамика сферы услуг определяется переходом от стандартизированного предложения к гиперперсонализированной модели, где ценность создается не столько самой услугой, сколько уникальным, эмоционально насыщенным клиентским опытом. Это находит выражение в стремительном развитии нишевых и премиальных сервисов, адаптирующихся под индивидуальные запросы потребителя. Данный тренд неразрывно связан с глубокой цифровой интеграцией, которая трансформирует традиционные бизнес-процессы [1]. Внедрение платформенных решений, использование больших данных для прогнозирования спроса и искусственного интеллекта для кастомизации предложений переопределяют саму природу взаимодействия с клиентом, делая цифровые каналы не дополнительной опцией, а основным средством доставки и потребления многих услуг.

Однако инновационное развитие сталкивается с рядом устойчивых, системных проблем, обретших новое звучание. Центральной из них остается фундаментальная асимметрия качества и доступности услуг. С одной стороны, на рынке формируются высокотехнологичные, но часто дорогостоящие сервисные решения, доступные в основном в крупных агломерациях. С другой — сохраняется и даже усугубляется дефицит качественных и современных услуг в малых городах и сельской местности, что усиливает социально-экономическое неравенство территорий. Эта региональная несбалансированность подкрепляется цифровым разрывом: недостаток ИТ-инфраструктуры и компетенций на местах ограничивает возможности для оказания и потребления цифровых услуг, создавая тем самым «сервисный вакуум».

Другой проблемой является острый кадровый дефицит в условиях новых требований. Традиционная проблема низкого уровня сервисной культуры сегодня дополняется критической нехваткой специалистов, способных работать в гибридной цифровой среде. От сотрудника сферы услуг требуются не только профессиональная компетентность

и коммуникативные навыки, но и цифровая грамотность, умение управлять онлайн-платформами и данными клиентов [2]. Высокие издержки на обучение и удержание таких кадров становятся серьезным барьером для роста, особенно для малых и средних предприятий сектора.

Таким образом, экономический потенциал сферы услуг реализуется между прорывными тенденциями персонализации и цифровизации и хроническими проблемами структурной несбалансированности и кадрового кризиса. Стратегия развития должна носить комплексный характер, сочетая стимулирование технологических инноваций с мерами по сглаживанию территориальных диспропорций и масштабными инвестициями в человеческий капитал.

Источники

1. Сущность цифровой трансформации организаций сферы услуг / В. И. Бывшев, Ю. Л. Александров, Ю. Ю. Суслова [и др.] // Экономика и управление инновациями. — 2025. — № 1. — С. 61–70.

2. Инновации в гостиничном бизнесе как фактор повышения конкурентоспособности гостиничного предприятия / Л. Л. Духовная, Г. М. Дехтярь, Е. В. Логвина, О. В. Прохорова // Сервис в России и за рубежом. — 2024. — Т. 18, № 1. — С. 223–238.

Д. А. Русакевич
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Е. В. Андрос

РОЗНИЧНЫЙ ТОВАРООБОРОТ КАК ИНДИКАТОР УРОВНЯ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ

В современной социально-экономической системе розничная торговля выполняет ключевую функцию по распределению потребительских товаров между производителями и конечными пользователями. Данная сфера призвана балансировать между удовлетворением потребительского спроса и достижением коммерческой эффективности. При этом структура розничного товарооборота, которая складывается во взаимодействии торговли и домохозяйств, служит важным макроэкономическим индикатором, характеризующим как благосостояние населения, так и вектор развития всей управляемой системы [1].

Во-первых, рост товарооборота в сопоставимых ценах свидетельствует о расширении реального потребления. Например, однодневный розничный товарооборот в расчете на душу населения в Беларуси в январе — октябре 2024 г. составил 30,3 р. против 26,1 р. годом ранее, что отражает рост реальных расходов населения. Во-вторых, структура товарооборота позволяет судить о приоритетах потре-