

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 товароборот 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-

ния: увеличение доли расходов на товары длительного пользования и услуги говорит о повышении уровня жизни, тогда как высокая доля расходов на продовольствие указывает на ограниченность доходов [2].

Розничный товарооборот тесно связан с динамикой доходов населения. Рост номинальных и реальных располагаемых доходов приводит к увеличению объемов розничной торговли и стимулирует развитие внутреннего рынка. Таким образом, товарооборот выступает не только результатом экономической активности, но и фактором, влияющим на другие показатели: доходы от реализации формируют прибыль, которая затем используется для выплаты заработной платы и инвестиций в развитие. Для работников рост товарооборота означает стабильность занятости и возможность получения премий при выполнении планов, а для собственников — укрепление рыночных позиций.

Важно учитывать, что абсолютные показатели товарооборота не всегда сопоставимы между периодами из-за инфляции и сезонности. Поэтому для анализа уровня жизни применяются индексы физического объема розничного товарооборота, позволяющие выделить реальную динамику потребления. Например, рост товарооборота за счет ценового фактора не свидетельствует о повышении уровня жизни, тогда как увеличение физического объема продаж указывает на рост потребительской активности.

#### **Источники**

1. Кармызов, А. В. Направления фискального стимулирования реализации товаров отечественного производства / А. В. Кармызов // Вестник Белорусского государственного экономического университета. — 2021. — № 3 — С. 73–80.

2. Белстат: розничный товарооборот в январе — августе вырос на 8,5 % // SB.BY. Беларусь сегодня. — URL: <https://www.sb.by/articles/belstat-roznichnyu-tovarooborot-v-yanvare-avguste-vyros-na-8-5.html#:~:text=1333> (дата обращения: 26.11.2025).

**В. А. Рыжиков**  
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — **Е. А. Андрос**

## **КОРПОРАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИЙ APPLE: СУЩНОСТЬ, МЕХАНИЗМЫ РЕАЛИЗАЦИИ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ**

В современных условиях для разработки долгосрочной системы решений используется корпоративная стратегия. Компания Apple являлась первой компанией, достигшей капитализации рынка