

нодушные. «Инноваторы» — потребители, которые покупают новинки в начале их жизненного цикла или ранее не известные продукцию, товары и высоко ценят свой выбор. «Индивидуалисты» — потребители, предпочитающие индивидуальный стиль, приемлемый для одного человека или специфической группы потребителей. «Равнодушные» — потребители, либо не имеющие предпочтений в данной товарной категории, либо их предпочтения совершенно слабы. «Модники» — потребители, предпочитающие новые, но покупаемые уже достаточно большим количеством потребителей продукцию, товары и услуги. «Традиционалисты» — потребители, предпочитающие надежное, проверенное, вечное. «Консерваторы» — потребители, отрицающие нововведения. «Ситуативисты» — потребители без стойких предпочтений, потребление которых определяется главным образом ситуативными факторами. Процедура разработки программы формирования лояльного потребителя к объектам ресторанного бизнеса включает в себя постановку целей, определение объекта исследования, методов выявления специфической особенности потребителей, формирование информационной базы и системы показателей, характеризующих потребительские предпочтения, разработку мероприятий по формированию лояльного потребителя, проведение экспериментов с целью выявления степени влияния предлагаемых мер на потребителя. Авторами по результатам проведенных исследований определено, что для современного этапа развития ресторанного бизнеса Республики Беларусь первоочередными в программе лояльности выступают инновационные проекты по обновлению ассортимента, формированию меню с учетом факторов поведения потребителей (экономического, психологического характера, сезонности и т.п.).

*Р. П. Валевич, канд. экон. наук, профессор  
А. А. Илюсина  
БГЭУ (Минск)*

## **МИРОВЫЕ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА УСЛУГ**

Объемы оказания услуг, а также их удельный вес в ВВП национальных хозяйств и в мировой экономике в целом в последнее время интенсивно возрастают. За минувший век сфера услуг кардинально преобразилась. В начале XX в. круг оказываемых услуг был ограничен, а преимущественный удельный вес в общей структуре приходился на торговлю, транспорт, бытовые услуги и крупный массив домашней прислуги. С развитием производственно-экономических возможностей круг оказываемых услуг значительно расширился и уже насчитывает более 160 видов услуг — от научных исследований до

услуг ремонта, а наибольший удельный вес в структуре оказываемых услуг приходится на отрасли, основанные на использовании интеллектуального труда.

Традиционно в национальных экономиках выделяют три сектора: сельскохозяйственный, сектор услуг и промышленный. В странах со средним уровнем дохода считается оптимальным следующее соотношение указанных выше секторов: сельское хозяйство — 11 % валовой внутренней продукт, промышленность — 35 %, сфера услуг — 54 %. Современные тенденции развития мирового рынка услуг способствуют увеличению доли сектора услуг в ВВП. Так, в 2013 г. на долю сферы услуг в ВВП Франции приходилось 79,8 %, в США — 79,7 %, в Великобритании — 78,2 %. Наиболее динамично в начале XXI в. отрасль услуг развивалась в Азии и Южной Америке, о чем свидетельствует прирост данной отрасли в 2013 г. по сравнению с 2012 г. в Азии на 18 %, в Южной Америке — на 11 %, в Европе — на 8 %. Рост объемов и расширение перечня оказываемых услуг сопровождаются увеличением доли занятого населения в сфере услуг. В 2013 г. удельный вес занятого в данной сфере населения во Франции составил 72,5 %, в США — 79,9 %, в Великобритании — 80,6 %. В то же время в менее развитых странах большая часть населения по-прежнему занята в сферах производства и сельского хозяйства.

Однако несмотря на убедительные показатели развития, мировая торговля услугами еще пока существенно уступает торговле товарами. Объем мировой торговли услугами в 2001–2013 гг. увеличился более чем в 3 раза и составил по итогам 2013 г. 8,9 трлн дол. США, в то время, как объем мировой торговли товарами за данный период увеличился в 2,9 раз и составил по итогам 2013 г. 37,7 трлн дол. США. Анализ развития сферы услуг в Республике Беларусь показал, что страна включена в названные выше мировые процессы. За январь–май 2015 г. удельный вес сферы услуг в общем ВВП страны составил около 48 %. Однако данный рост обусловлен главным образом падением объемов производства промышленности и строительства.

Мировой опыт показывает, что без развитых транспорта, коммуникаций, торговли, финансово-кредитных и страховых секторов, комплекса деловых услуг, а также современных систем образования и здравоохранения нельзя создать эффективную рыночную экономику. В связи с этим Национальной стратегией устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 года предусматривается рост объемов реализации услуг населению к 2020 г. в 3,4–3,7 раза по сравнению с 2000 г., а их удельный вес в ВВП в 2020 г. довести до 50–52 %. Обеспечению выполнения прогнозных показателей будет способствовать ограждение в концептуальных программах развития сектора услуг конкурентных заданий по их участию в формировании ВВП.