

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**Рівненський державний гуманітарний університет
Національний університет «Львівська політехніка»
Хмельницький національний університет
Департамент економічного розвитку і торгівлі Рівненської обласної
державної адміністрації
Українська Асоціація Маркетингу
Університет Марії Кюрі-Склодовської (Республіка Польща)
Вища Школа Фінансів і Права (Республіка Польща)
Західно-Саксонська Вища фахова школа (ФРН)
Університет ім. Матея Бела (Словацька Республіка)**

СУЧАСНІ ТРЕНДИ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ

**Тези доповідей
III Міжнародної науково-практичної
конференції**

25-26 лютого 2022 року

**Присвячується 25-річчю
Української Асоціації Маркетингу**

Рівне 2022

Використані джерела

1. Філософський енциклопедичний словник. Київ : Абрис 2002. 751 с.
2. Handbook of Communication Competence / Ed. by Gert Rickheit Hans Strohner. Mouton de Gruyter : Berlin - New York, 2008. 538 p.

*Крижак Л. М., к. т. н.
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
liliakrizhak44@gmail.com*

МІЖНАРОДНИЙ РИНОК ІНЖИНІРИНГОВИХ ПОСЛУГ

На сьогодні створення сучасного закладу ресторанного господарства передбачає вирішення величезної кількості складних питань, що знаходяться на перетині наукових і практичних дисциплін, пов'язаних з інжинірингом.

Під інжинірингом розуміють – одну з визнаних форм підвищення ефективності бізнесу, суть якої полягає у наданні послуг дослідницького, проектно-конструкторського, розрахунково-аналітичного, виробничого характеру, включаючи підготовку обґрунтувань інвестицій, вироблення рекомендацій в області організації виробництва і управління, а також реалізації продукції [1].

Міжнародний ринок інжинірингових послуг активно розвивається з кінця 60-х років. Спостерігається зростання експорту інженерно-консультаційних послуг з європейських країн. З кінця 80-х років, внаслідок збільшення приватних інвестицій розширюються національні ринки інженерно-консультаційних послуг, а потім і ринки інженерно-будівельних послуг. На сьогодні значно збільшилися обсяги і сумарна вартість інжинірингових послуг (рис. 1) [2].

Метою міжнародної торгівлі надання інжинірингових послуг полягає в наданні однією стороною іншій на основі договорів комерційних інженерно-розрахункових, консультаційних, інженерно-будівельних послуг.

Ринок інжинірингових послуг умовно поділяється на ринок інженерно-консультаційних послуг і ринок інженерно-будівельних, послуг.

Це зумовило розподіл фірм, компаній, що займаються наданням інжинірингових послуг, на інженерно-консультаційні та інженерно-будівельні.

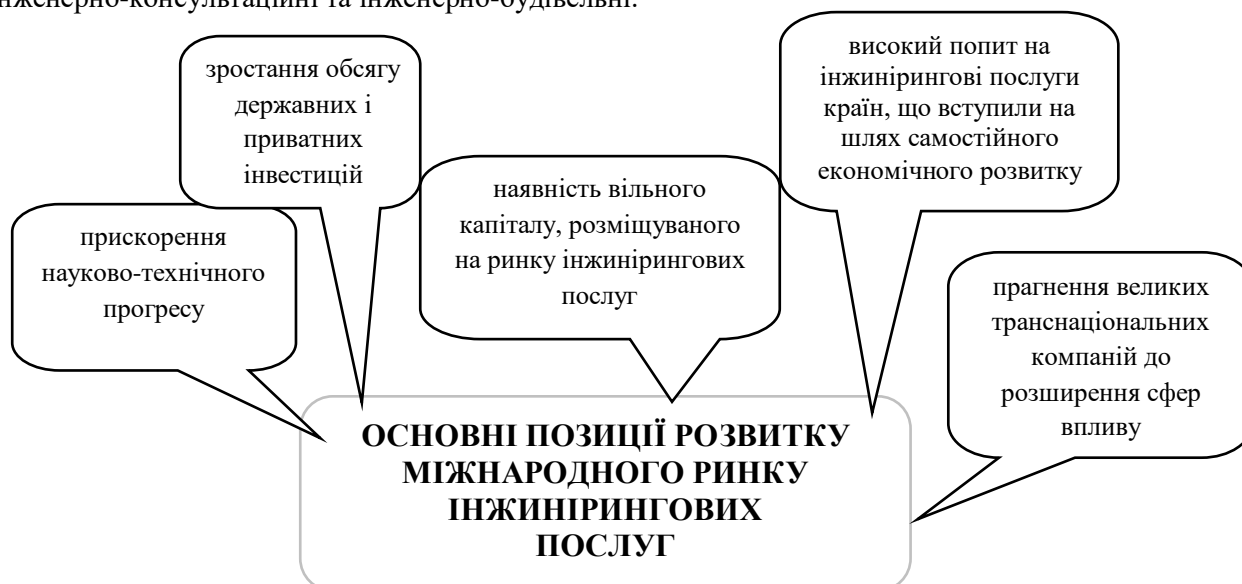


Рис. 1. Основні чинники впливу на розвиток міжнародного ринку інжинірингових послуг

Інженерно-консультаційні фірми надають технічні послуги у формі консультацій. Сферою їхньої діяльності є цивільне будівництво (порти, аеродроми, транспортні магістралі, міське будівництво тощо) і промислові об'єкти, що використовують специфічні технологічні процеси.

Серед розвинутих країн значна частина інженерно-консультаційних послуг припадає на фірми Франції, Великої Британії, Італії, Німеччини, які здебільшого орієнтуються на експорт послуг за межі Європейського Союзу.

Інженерно-будівельні фірми надають повний комплекс послуг: проектування об'єкта, постачання устаткування, монтаж, налагодження і пуск устаткування в експлуатацію. Вони також спеціалізуються на розробленні промислових об'єктів, що ґрунтуються на використанні специфічних технологічних процесів.

Міжнародна торговельна практика на основі уніфікації і стандартизації загальних умов різних видів договорів, що укладаються інженерними фірмами, виробила численні варіанти типових контрактів на виконання інжинірингових послуг, які стали досить широко використовуватися при здійсненні таких операцій. Ці типові контракти розробляються національними асоціаціями, що поєднують інженерні фірми окремих країн, міжнародними асоціаціями інженерних фірм, Європейською економічною комісією ООН, а також окремими великими фірмами.

Міжнародний договір на консультативний інжиніринг включає такі умови: сторони, преамбула, предмет і сфера дії договору, терміни початку і закінчення надання консультаційних послуг, передача прав і обов'язків консультанта, зобов'язання консультанта, зобов'язання замовника, невиконання договірних зобов'язань сторонами, звільнення від відповідальності за наслідки невиконання договірних зобов'язань (форс-мажорні обставини), методи розрахунку винагороди консультанта, оподаткування, збори і мита, інтелектуальна власність і запатентована інформація, вступ договору в силу, припинення дії договору, застосовувані технічні стандарти, застосовуваний закон і пов'язані з ним питання.

На стадії будівництва консультант може виконувати обов'язки, пов'язані з контролем за виконанням договору та його регулюванням, наприклад, він може віддавати різні розпорядження, розглядати платежі, а також видавати свідоцтва про завершення робіт. У тих випадках, коли консультант займається інспектуванням проекту і контролем за його здійсненням, важливо передбачити в договорі процедури інформування консультантом замовника та одержання від нього інструкцій і дозволів.

У договорах на консультативний інжиніринг міститься застереження щодо процедури передачі документів замовнику. При здійсненні технічних послуг використовуються два види технічного сприяння: технічне сприяння у зв'язку з підготовкою конкретних проектів і технічне сприяння у зв'язку з навчанням у школах, коледжах, інших навчальних закладах або за місцем роботи.

Таким чином, міжнародна практика показує, що технічне сприяння проектам зазвичай зводиться до професійної підготовки в ході розроблення, здійснення та експлуатації об'єкта.

Використані джерела

1. Мазур И. И., Шапиро В. Д. Инвестиционно-строительный инжиниринг: учеб. пособ. М.: Елима: Экономика, 2009. с. 763.
2. Кузьмін О. В., Чемакіна О. В., Акімова Л. М., Куц А. М., Корецька І. Л., Кузьмін А. О. Інжиніринг у ресторанному бізнесі : навч. посіб. Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2019. 488 с.

СЕКЦІЯ ІІІ. ОСОБЛИВОСТІ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ НА РИНКУ ПОСЛУГ

<i>Акімова О. М.</i> МОНІТОРИНГ ОЦІНЮВАННЯ ПОТРЕБ СПОЖИВАЧІВ РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ	48
<i>Білоцька О. І., Кізюн А. Г.</i> АНАЛІЗ РИНКУ СПОЖИВАЧІВ В ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ	49
<i>Бондарчук М. І., Пляшко О. С.</i> СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ ЗАДОВОЛЕННЯ ХАРЧОВИХ ПОТРЕБ УКРАЇНЦІВ	51
<i>Верютіна В.Ю., Савченко О.І., Перерва П.Г.</i> ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПРИНЦИПІВ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ НА РИНКУ ПОСЛУГ	52
<i>Власенко І.В.</i> СУЧАСНИЙ РОЗВИТОК СВІТОВОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ	54
<i>Войтович С. Я., Лютак О. М., Войтович О. О.</i> ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ КІНЦЕВИМ СПОЖИВАЧЕМ ПРОЦЕСІВ СПОЖИВАННЯ САНАТОРНО-КУРОРТНИХ ПОСЛУГ	55
<i>Гаращук О.В., Куценко В.І.</i> ОСВІТНЬО-ІННОВАЦІЙНА СФЕРА – ПЕРЕДУМОВА ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ ТА ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОЇ ЦИВІЛІЗАЦІЇ	57
<i>Грідіна А.О., Проскурня О.М., Перерва П.Г.</i> ФОРМУВАННЯ ПЕРЕДУМОВ РОЗВИТКУ РИНКУ СПОЖИВАЧІВ ПОСЛУГ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	58
<i>Домбровська С. О.</i> НОВАЦІЇ У ЗАХИСТІ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ	60
<i>Кашиїнська О.Є.</i> РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ ТУРИСТИЧНИХ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ (ЛУГАНСЬКА ОБЛАСТЬ)	62
<i>Кізюн А. Г.</i> ЗНАЧЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО БРЕНДИНГУ ДЕСТИНАЦІЇ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТНОСПРОМОЖНОСТІ	63
<i>Кожемякіна О. М., Ореховська Л. А.</i> ОСОБЛИВОСТІ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ НА РИНКУ ПОСЛУГ	65
<i>Коробович Л. П.</i> МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ У ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ НА РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ	66
<i>Костинець В.В., Ярема К.О.</i> ЕКОЛОГІЧНО ВІДПОВІДАЛЬНА ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧІВ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	68
<i>Костюк Л. С.</i> СУЧАСНІ ТРЕНДИ ОНЛАЙН-ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ	70
<i>Костюк О. П.</i> АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ У СФЕРІ ІНДУСТРІЇ КРАСИ	72
<i>Крижак Л. М.</i> МІЖНАРОДНИЙ РИНОК ІНЖИНІРИНГОВИХ ПОСЛУГ	73
<i>Кузьмін Д.В., Весперіс С. З.</i> ЗМІНИ У ФОРМУВАННІ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАННЯ ПРИ ЕКСПЛУАТАЦІЇ ОБ'ЄКТІВ ВІДНОВЛЮВАНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ	75
<i>Кузьо Н.Є., Косар Н.С.</i> ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ НА РИНОК ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ ТА МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ НА НЬОМУ	76
<i>Новосьолова О. С., Рудик С. О.</i> ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ БАНКІВСЬКИХ КРЕДИТНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ	77
<i>Пляшко О. С., Лібиховська Ю.О.</i> КРЕДИТНА ПОВЕДІНКА ЯК РІЗНОВИД ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	80
<i>Македон В.В.</i> ВИЗНАЧЕННЯ ЗМІН У ПОВЕДІНЦІ СПОЖИВАЧІВ ТА МАРКЕТИНГОВІ КОНТРАХОДИ В УМОВАХ МІЖНАРОДНИХ РИНКІВ	81
<i>Миколюк О.А.</i> ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	83
<i>Москаленко О.І., Новальська Н.І., Клименко В.В.</i> РОЗВИТОК ЗРЛ-ПРОВАЙДЕРІВ НА РИНКУ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ	85
<i>Погорелова Т. О., Передрій А. Ю., Перерва П.Г.</i> ОБГРУНТУВАННЯ ПІДХОДІВ ДО МОДЕЛЮВАННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ В БІЗНЕС-ЕКОНОМІЦІ	86
<i>Ремига Ю.С.</i> ЕЛЕМЕНТИ МАРКЕТИНГУ УПРАВЛІННЯ ПОВЕДІНКОЮ СПОЖИВАЧІВ У СФЕРІ ТУРИЗМУ	88
<i>Романюк С.К., Денисюк Л.В., Данілова Н.Р.</i> ФОРМУВАННЯ АНГЛОМОВНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ МАЙБУТНІХ МАРКЕТОЛОГІВ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ	90