

*Шевчук О.П., студентка  
Тернопільський національний економічний університет  
м. Тернопіль, Україна*

## **БІЗНЕС-ПОДАРУНОК ЯК КОМПОНЕНТ УСПІШНОГО ГОСПОДАРЮВАННЯ**

Проблематика правильності вибору подарунка була, є і залишатиметься актуальною як в сучасних умовах, так і в майбутньому.

На сучасному етапі, економічні відносини це не просто відносини, які виникають між людьми з приводу виробництва, розподілу, обміну й споживання матеріальних і духовних благ, а й певні суспільні відносини, які являють собою психологічну та соціальну єдність і ґрунтуються на дотриманні певних норм та правил бізнес культури, її витонченості, особливості та педантичності.

Одним із основних елементів бізнес культури, яка є невід'ємною складовою ділового етикету як економічних так і особистісних відносин, є бізнес подарунок.

В умовах ринкової економіки саме за допомогою такої категорії подарунків, представники різних видів бізнесу здатні не лише підтримувати імідж компанії в особі партнерів та клієнтів, але і мають можливість зміцнювати взаємовідносини співробітників фірми.

Особливості формування бізнес подарунка і його оригінальність визначається такими критеріями: Філософія компанії дарувальника щодо подарунків в цілому; визначення результатів, яких компанія хоче досягти, підносячи подарунок; формулювання етичних принципів для вибору подарунка; визначення фінансових меж при виборі подарунка; рекомендації щодо безпосередньо підношення подарунка і т.д.

Необхідно пам'ятати й те, що від цінності та оригінальності бізнес подарунка, будуть аналізувати про ділові якості вашої компанії, про її творчий потенціал і, звичайно про ставлення до клієнтів.

Не слід забувати не лише про оригінальність самого подарунка, але і про індивідуальний процес його вручення.

Вручення бізнес подарунка – це не лише один із етапів , але і ціла наука, яка вимагає уважного та чіткого вивчення, що не вимагає поспіху.

Існують три важливі фундаментальні закони вручення бізнес подарунка:

1. Подарунок повинен відповідати за вартістю статусу свого адресата.
2. Подарунок повинен бути корисним або приємним.
3. Подарунок повинен нагадувати адресату про вашу компанію.

Вибір бізнес подарунка є дуже особливим процесом. При здійсненні вибору, дарувальник повинен врахувати особливості особи, яка прийматиме цей подарунок, її індивідуальні примхи, бажання і потреби.

В цілому, подарунки є витонченою формою комунікації, що вносить

особистісні компоненти і в сферу ділового спілкування.

Культура ділових відносин свідчить про те, що роблячи дорогий подарунок партнерові, начальнику, обдарований ставить його в залежне становище, так би мовити чинить тиск, що також може позначитися на відносинах. До того ж дорогий презент може бути розцінений як акт корупції, що ніяк не сприяє успішному розвитку комерційної діяльності.

Варто відзначити, що не прийнято в якості бізнес подарунка підносити елементи одягу (шкарпетки, сорочки, капелюхи, білизну), винятком є шарфи, краватки, хустки. Також ознакою поганого тону можуть бути розцінені спиртні напої, навіть самої високої якості. Не доречні предмети культу, релігійна символіка, жартівливі подарунки, парфумерія та косметика — все це, можливо, буде неправильно витлумачено. Хоча, якщо ви знаєте напевно що подарунки такого типу будуть до вподоби винуватцю свята, тоді рішення вибору залишається за вами.

Бізнес презенти краще підносити від імені компанії з дарчим написом, скрупульозно підійшовши до їх вибору.

Також, під час процесу вибору бізнес подарунка, слід врахувати і те, якої статті отримувач (адже те, що можна дарувати чоловікові, не завжди годиться жінці), який його соціальний статус, та інші тонкощі, котрі стосуються безпосередньо цієї людини, але не лише як особистості, а й як працівника компанії.

Отже які бізнес подарунки варті уваги, якщо винуватець свята – чоловік?

Кожен чоловік, яку б посаду він не обіймав, бажає відчувати себе респектабельним, потрібним та важливим. Для представників сильної статі, одним із таких важливих аксесуарів є невеликі сумки через плече чи барсетка, яка є неодмінним атрибутом кожного бізнесмена. Та не сам факт наявності такого виробу, а й матеріал, з якого воно виготовлене, що може свідчити про суспільний стан людини. Натуральна шкіра - свідоцтво і доброго смаку, і стабільного достатку. В першу чергу завдяки довговічності цей матеріал високо цінується.

В якості бізнес подарунка для жінки може підійти жіночний діловий аксесуар від провідних європейських брендів- Шанель, Діор, Ланвін, Шеррер, Черруті.

До таких подарунків можна віднести:

- витончені блокноти з ручкою від Дюпон - жіноча лінія;
- щоденник в обкладинці з гарної шкіри;
- гаманець для дрібниці, жіноче портмоне від Баленсіага;
- дорожні речі - шкіряні косметички-несесери від Шанель, дорожній клатч для коштовностей з ексклюзивних сортів шкіри - крокодил, страус;
- ексклюзивні ручки - є чудові жіночі моделі від Черруті і Шеррер;
- підставка для записок з каменями Сваровські.

Бізнес подарунок - це не просто подарунок. Це фактор, що сприяє формуванню бізнес культури, а значить, і фактор, що сприяє розвитку і процвітанню компанії.

Отже, на сучасному етапі бізнес подарунки залишаються невід'ємною частиною ділової етики і сприяють вдалому просуванню бізнесу в складній

економічній ситуації.



*Шульгат Н.І., студентка  
Тернопільський національний економічний університет  
м. Тернопіль, Україна*

## ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ БАГАТОФАКТОРНИХ МОДЕЛЕЙ У ФОРМУВАННІ БРЕНД-ПЛАТФОРМИ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах підвищеної конкуренції на ринку товарів і послуг, динамічності і стрімкого розвитку економіки важливим є не тільки створення бренду компанії, але й підтримання і удосконалення його протягом тривалого періоду. Сильний бренд є одним з найцінніших активів, якими володіє підприємство, тому саме від раціональності формування бренд-платформи залежать те, яку конкурентну нішу підприємство займатиме у майбутньому.

Огляд наукової літератури показав різноплановість і неоднозначність підходів щодо висвітлення моделей бренду. Загалом, до основних моделей створення бренду можна віднести модель «колесо бренду», модель Thompson Total Branding (ТТВ), модель Unilever Brand Key (UBK) та модель Brand Name Development Services (етапності побудови бренду).

Суть моделі «колеса бренду» (Brand Wheel) полягає у тому, що бренд створюється шляхом поєднання п'яти оболонок: атрибути – фізичні і функціональні характеристики; переваги – значущість користування; цінностей – емоційного результату від користування; індивідуальності – зближення з певною соціальною групою; ядро – центральна ідея. «Колесо бренду» дозволяє детально описати і систематизувати всі аспекти взаємодії бренду і споживача (рис. 1).

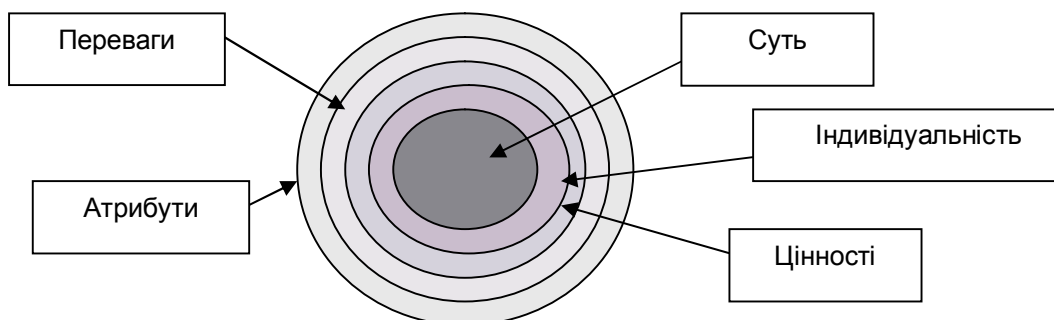


Рис. 1. Модель «Колесо бренду»