

the group of consumers at which the first tests of the company's offer are conducted. Asserting that all events are, first and foremost, the main power of PR, is key and vital to a proper and informed approach to planning, organizing and evaluating the effectiveness of all special events, whatever they may be.

In conclusion, we can say that event management is not only the main service of an event management company but as well is an efficient tool of marketing communications on the companies of different field in business.

Sources and literature

1. Melentyev N. I., Bichun Yu. A. Marketing communications (theoretical and methodological foundations): Textbook. Allowance. *St. Petersburg University of Economics and Finance. Department of Marketing/ G. L. Bagiyev (scientific editor). St. Petersburg: Publishing House St. Petersburg GUEF, 2001. 99 p.*
2. Shagayda P. A. International experience in evaluating the effectiveness of event marketing. *Economic Sciences*. 2010. No 68. P. 249–252.
3. Bhatnagar S. 7 Benefits Of Event Marketing. *Medium*. 2018. URL: <https://medium.com/@IamSwethaBhatna/benefits-of-event-marketing-16d57234ef79>
4. Team Signpost. 10 Benefits of Local Event Marketing for Your Business. *Signpost*. 2014. URL: <https://www.signpost.com/blog/local-event-marketing-business-brand-promotion/>

Мокієнко Є. – студент

Науковий керівник: к. е. н., доц.
І. Ховрак
Кременчуцький національний
університет імені Михайла
Остроградського
м. Кременчук, Україна

Побудова системи управління якістю банківських послуг

Розробка і впровадження системи управління якістю банківських послуг є основою покращення взаємовідносин банківської установи з її клієнтами, досягнення бажаних фінансових результатів, а також забезпечення стратегічного розвитку та посилення конкурентоздатності банківської установи [1–4]. При цьому банківські установи мають свої критерії оцінки якості, які, слід зазначити, істотно відрізняються від критеріїв клієнтів (рис. 1).

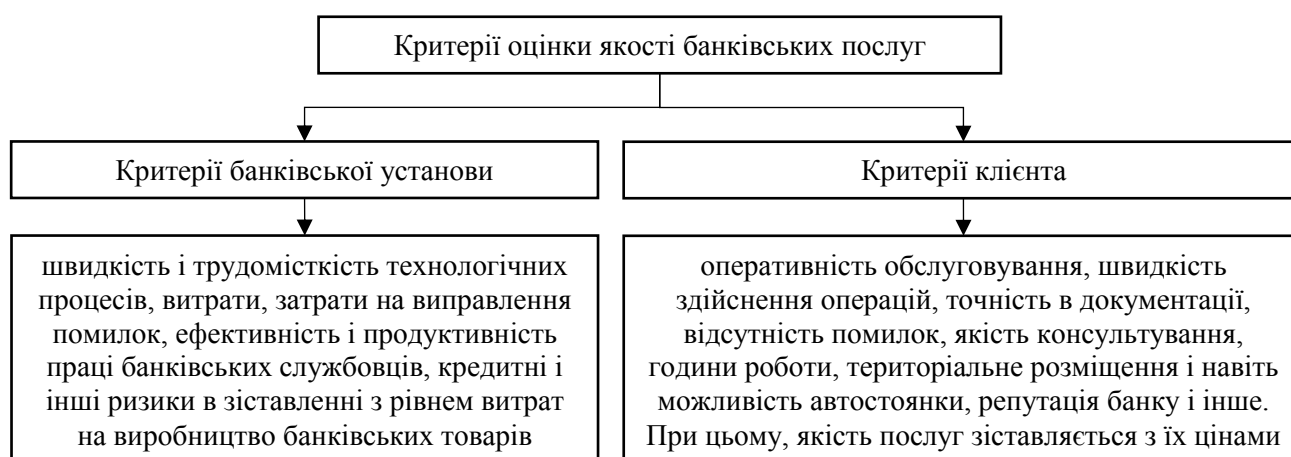


Рис. 1. Критерії оцінки якості банківських послуг

Тому побудова системи управління якістю банківських послуг вимагає не тільки задоволення поточних усвідомлених потреб банку та клієнтів, а також передбачення перспективних потреб, здатності їх адаптувати, забезпечити реалізацію. Відповідно, основними принципами

побудови системи управління якістю банківських послуг мають бути клієнтоорієнтованість, безперервність, інноваційність, залученість.

Джерела та література

1. Кучеренко В. В., Данкевич Р., Тринчук В. В. *Форми інтеграції банківського і страхового капіталу: монографія.* Львів: Галичина-Прес, 2018. С. 284.
2. Полінкевич О. М., Волинець І. Г. *Обґрунтування господарських рішень та оцінювання ризиків: навч. посіб.* Луцьк: Вежа-Друк, 2018. 336 с.
3. Ховрак І. В. Побудова культури довіри у банківському та страховому секторах. *Фінансові послуги.* 2017. № 3. С. 3–6.
4. Ховрак І. В., Семко Т. В. *Ефективність функціонування корпоративного сектору національної економіки: монографія.* Кременчук: ТОВ «Кременчуцька міська друкарня», 2013. 276 с.

Mokhniuk A. – ph. d. in economics,
associate professor
Lesya Ukrainka Volyn National
University, Lutsk, Ukraine

The Nature of Effective Business Communication

It is common knowledge that research on communication has a long tradition. In 2000 communication was defined as the process of understanding and sharing meaning [1]. What is more the definition hasn't been changed much since that time. The thing that is rapidly changing over time is the role of communication and its function in the globalized business environment.

Business communication skills are critical to the success of any organization despite its size, geographical location, and its mission. It is generally believed that organizations can only survive if they accept the rapidly changing global challenges and the communication processes are at the same time structured and flexible.

In addition, oral and written communication skills are regularly presented in the top ten desirable qualities by employer surveys year after year. For instance, the USA National Association of Colleges and Employers ranked the personal qualities potential employers seek. They listed top 5 skills such as communication skills (verbal and written), strong work ethic, teamwork skills, initiative, analytical skills [2]. Consequently, effective business communication is associated with writing and speaking well, being articulate and proficient with words.

The communication process usually comprises such basic components as source, message, channel, receiver, feedback, environment, context and interference. Each of these eight elements represents a separate function in the overall communication process.

At the same time one of the important issues that is neglected considering business communication is preparation.

From our point of view preparation is the key to effective communication. We suggest special technique in order to be well prepared to any kind of negotiations. Let us zoom in on the POST (Persons, Objectives, Strategies, Tactics) list. Thus, firstly we need to find out all the available (and sometimes confidential) information about people we are going to have a deal with. What is important here is to define who is responsible to make decisions. Furthermore, we should always bear in mind such human restrictions as money, time and goodwill.

Considering objectives, it's smart of you to concentrate not only on your own aims but also on your partners' goals and interests. This will definitely help you to find the option that is a «victory» for both parties (win-win strategy).

According to your objectives you are to evaluate the limits of your commercial offer as well as other benefits you could achieve. Subsequently you choose your strategy that is based on the two previous points. Five broad negotiation strategies, accommodate, collaborate, compromise, avoid, and compete are described by Lewicki, Hiam and Olander (1996) in their well-known work [3].