

МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ, СПОРТУ
ТА РЕАБІЛІТАЦІЇ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: «Удосконалення управління готельно-ресторанним підприємством
через поліпшення комунікаційних процесів»

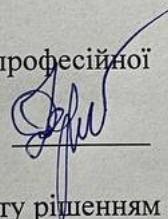
Здобувача вищої освіти I рівня, IV курсу, групи МБГ-20-1,
спеціальності 073 Менеджмент,
освітня програма «Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу»

Науковий керівник



Кисляк Юлія Валеріївна

Керівник освітньо-професійної
програми

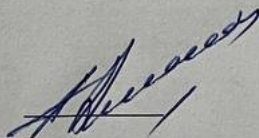


Канцур Інна Григорівна
к.е.н., доцент, доцент кафедри
менеджменту та публічного управління

Держак Наталія Олександрівна
к.е.н., доцент, доцент кафедри
менеджменту та публічного управління

Допущено до захисту рішенням кафедри менеджменту та публічного управління
протокол від «3» 06 2024 № 12

Завідувач
кафедри



Гусятинський Микола Володимирович
к.т.н., доцент

Ірпінь-2024

Регистрація № 1 23.06.2024

С. Д. Гусев
(підпис відповідальної особи)

Результати перевірки

до захисту
(до захисту/на допитування)

21.06.2024
(дата)

С. Д. Гусев
(підпис)

Результат захисту

92/115 (вис)
(оцінка)

21.06.2024
(дата)

С. Д. Гусев
(підпис)

Голова комісії

С. Д. Гусев
(підпис)

С. Д. Гусев
(ініціали, прізвище)

Члени комісії:

М. Д. Гусев
(підпис)

М. Д. Гусев
(ініціали, прізвище)

С. Д. Гусев
(підпис)

С. Д. Гусев
(ініціали, прізвище)

С. Д. Гусев
(підпис)

С. Д. Гусев
(ініціали, прізвище)

БЛАНК ОЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Об'єкти контролю	Діапазон оцінки в балах	Фактична кількість балів	Примітки	Дата, П.І.П.: голови комісії, членів комісії, секретаря, (підписи)
ОЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ КОМІСІЄЮ ПО ЗАХИСТУ				
1. Доповідь	від 0 до 10	9		
2. Роздатковий матеріал	від 0 до 5	5		
3. Знання теоретичного та практичного матеріалу, вміння відповідати на запитання	від 0 до 25	20		
4. Апробація (участь у конференціях)	від 0 до 10	8		
РАЗОМ БАЛІВ	від 0 до 50	42		
ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ БАЛІВ	від 0 до 100	92		

ПЕРЕВЕДЕННЯ ОЦІНКИ ЗА 100-БАЛЬНОЮ ШКАЛОЮ ДО НАЦІОНАЛЬНОЇ ШКАЛИ ТА ШКАЛИ ЕКТС

Оцінка за 100- бальною шкалою	Оцінка за шкалою ЕКТС	Оцінка за національною шкалою	Дата	П.І.П.: голови, членів комісії, секретаря, (підпис)
92	A	5	12.06.24	

Правила переведення оцінок до національної шкали та шкали ЕКТС

Оцінка за 100-бальною	Оцінка за шкалою	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	5 (відмінно)
80-89	B	4 (добре)
70-79	C	
60-69	B	3 (задовільно)
50-59	E	
35-49	EX	2 (незадовільно)

Факультет соціально-гуманітарних технологій та менеджменту
Кафедра соціальної філософії та управління
Спеціальність 073 «Менеджмент»
Освітня програма «Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу»

Затверджую

Завідувач кафедри соціальної філософії
та управління

 Л. В. Чупрій
«7» листопада 2023 р.

Завдання на кваліфікаційну роботу
здобувачу вищої освіти
Кисляк Юлії Валеріївни
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи:

«Удосконалення управління готельно-ресторанним підприємством через поліпшення комунікаційних процесів»

Затверджена наказом ректора від 16.10.2023 Наказ № 1369

2. Строк здачі закінченої роботи 27.05.2024

3. Цільова установка

Визначення рекомендацій щодо удосконалення управління готельно-ресторанним підприємством через поліпшення комунікаційних процесів.

Мета роботи

Аналіз поточного стану комунікаційних процесів у готельно-ресторанному комплексі «Сієста» та розробка рекомендацій щодо їх покращення.

Об'єктом дослідження

є процес удосконалення управління готельно-ресторанним підприємством через поліпшення комунікаційних процесів.

Предметом дослідження

є комунікаційні процеси готельно-ресторанного підприємства.

Базою дослідження

Готельно-ресторанний комплекс «Сієста»

4. Вихідні дані до роботи

Наукова стаття, монографія, законодавчі та нормативні документи.

5. Перелік графічного матеріалу

Табл 1.1. Ефективність комунікацій з різними зацікавленими сторонами, табл 1.2. Канали комунікацій; табл 1.3. Визначення

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ.....	6
1.1. Сутність, значення та види комунікаційних процесів у готельно-ресторанному підприємстві.....	6
1.2. Особливості управління комунікаційними процесами на підприємстві.	13
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ РЕАЛІЗАЦІЇ КОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УПРАВЛІННІ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННИМ ПІДПРИЄМСТВОМ «СІЄСТА».....	19
2.1. Характеристика та особливості діяльності у готельно-ресторанному комплексі «Сієста».....	19
2.2. Аналіз та оцінка системи комунікаційних процесів у готельно-ресторанному підприємстві в сучасних умовах.....	31
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННИМ ПІДПРИЄМСТВОМ ЧЕРЕЗ ПОЛІПШЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ.....	44
ВИСНОВКИ.....	49
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	51

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасних умовах гостинності та готельно-ресторанного бізнесу ефективне управління підприємством є критично важливим для забезпечення конкурентоспроможності та успішності діяльності. Одним з ключових аспектів успішного управління є комунікаційні процеси, які впливають на внутрішні структури підприємства, а також взаємодію з клієнтами та партнерами. Дослідження в цій області вкрай актуальне, оскільки вдосконалення комунікацій може позитивно вплинути на всі аспекти діяльності готельно-ресторанного комплексу.

Актуальність обраної теми базується на тенденціях розвитку готельно-ресторанного бізнесу та необхідності оптимізації управлінських процесів. Стабільний зріст конкуренції у галузі гостинності вимагає від підприємств постійного удосконалення стратегій і тактик управління. Комунікаційні процеси впливають на якість обслуговування, ефективність роботи персоналу, розвиток бренду та задоволення клієнтів.

Стан та ступінь розробки проблеми в спеціальній літературі. Аналіз літературних джерел показує, що проблема управління готельно-ресторанним підприємством через поліпшення комунікаційних процесів є активно вивченою, але має незвичайну актуальність в контексті конкретного готельно-ресторанного комплексу «Сієста». На сьогоднішній день практичні аспекти вдосконалення комунікаційних процесів здебільшого базуються на загальних теоретичних положеннях, тож дослідження конкретного об'єкту дозволить зробити більш точні та практично значущі висновки. Дослідженню проблеми формування комунікаційних зв'язків у бізнесі приділено значну увагу на державному рівні [1]. Основні положення комунікаційного процесу в управлінні досліджувала у своїх наукових працях Бабчинська О. І. [2]. Громова О. В. та

Оробінський О. С. вивчали комунікаційну політику в системі управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства [3].

Метою дослідження є аналіз поточного стану комунікаційних процесів у готельно-ресторанному комплексі «Сієста» та розробка рекомендацій щодо їх поліпшення. Для досягнення цієї мети поставлені наступні *завдання*:

- визначення сутності, значення та видів комунікаційних процесів у готельно-ресторанному підприємстві;
- виявити особливості управління комунікаційними процесами на підприємстві;
- розкрити характеристику та особливості діяльності господарювання у готельно-ресторанному комплексі «Сієста»;
- аналіз та оцінка системи комунікаційних процесів у готельно-ресторанному підприємстві в сучасних умовах;
- розробити шляхи удосконалення управління готельно-ресторанним підприємством через поліпшення комунікаційних процесів.

Об'єктом дослідження є процес удосконалення управління готельно-ресторанним підприємством через поліпшення комунікаційних процесів.

Предметом дослідження є комунікаційні процеси готельно-ресторанного підприємства.

У кваліфікаційній роботі використовуються наступні *методи дослідження*:

- аналіз та узагальнення наукової літератури;
- експертні опитування та інтерв'ю з керівництвом та персоналом комплексу;
- спостереження за роботою персоналу та аналіз внутрішніх документів.

База досліджень – готельно-ресторанний комплекс «Сієста».

Науково-практична значимість одержаних результатів. Результати даного дослідження мають науково-практичну значимість для підприємств

готельно-ресторанної галузі, дозволяючи покращити якість управління через оптимізацію комунікаційних процесів.

Апробація результатів роботи. Результати дослідження планується апробувати в готельно-ресторанному комплексі «Сієста», що дозволить практично перевірити ефективність запропонованих стратегій та рекомендацій.

Отже, ця кваліфікаційна робота має на меті систематизувати та поглибити знання про управління готельно-ресторанним підприємством через поліпшення комунікаційних процесів на прикладі конкретного комплексу «Сієста», що сприятиме покращенню ефективності та конкурентоспроможності підприємства.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

1.1. Сутність, значення та види комунікаційних процесів у готельно-ресторанному підприємстві

Комунікація (лат. communication) буквально означає «загальне» чи «поділюване всіма». У практичному плані – це процес обміну ідеями й інформацією між двома і більш людьми, що ведуть до взаємного розуміння [4; 5].

Комунікаційні процеси в готельно-ресторанному підприємстві є ключовим елементом для успішного функціонування та досягнення бізнес-цілей. Вони охоплюють всі аспекти спілкування в межах підприємства із зовнішніми прошарками.

Комунікація у готельно-ресторанному бізнесі означає обмін інформацією, ідеями, думками та враженнями між різними стейкхолдерами, такими як персонал, клієнти, постачальники, партнери та громадськість. Це включає в себе як вербальну (усну або письмову), так і невербальну (тактильну, жестову, мімічну) форми спілкування. У контексті готельно-ресторанного бізнесу, де важлива взаємодія з клієнтами і підтримка високих стандартів обслуговування, ефективна комунікація є основою успішної діяльності.

На підприємствах готельно-ресторанного бізнесу здійснюється такі комунікаційні процеси:

- міжрівневі комунікації;
- комунікації між керівниками й робочими групами;
- комунікації між підприємствами та зовнішнім середовищем.

Під міжрівневою комунікацією розуміють обмін інформацією між різними відділами та структурними підрозділами, унаслідок якого досягається координація та узгодженість дій для досягнення спільних цілей. Ефективна міжрівнева комунікація вимагає чіткого розподілу обов'язків між структурними підрозділами, повноважень і відповідальності, дотримання службової етики та використання сучасних засобів комунікації. Для успішної міжрівневої комунікації керівники готельних і ресторанних підприємств повинні завжди чітко розуміти, які перешкоди існують на шляху обміну інформацією та як їх можна усунути.

Найпростішою перепорою в міжрівневих комунікаціях є перекручення повідомлень:

- ненавмисне, через труднощі в міжрівневих відносинах;
- свідоме, коли хтось (керівник) не згоден із повідомленням і змінює його в своїх інтересах;
- внаслідок фільтрації, передання інформації з одного рівня на інший лише тих повідомлень, які його стосуються.

Роль комунікаційних процесів у забезпеченні ефективного функціонування підприємства:

1. Внутрішня комунікація:
 - Управління персоналом. Ефективна комунікація між керівництвом та персоналом допомагає забезпечити зрозуміння цілей, завдань та очікувань, підвищує мотивацію та залученість працівників.
 - Комунікація між відділами. Забезпечення взаємодії між різними відділами (наприклад, кухня, обслуговуючий персонал, адміністрація) для координації роботи та уникнення непорозумінь.
2. Зовнішня комунікація:
 - Зв'язок з клієнтами. Якісна комунікація з клієнтами сприяє створенню позитивного досвіду і задоволеності, веде до повторних відвідувань та позитивного відгуку.

- Взаємодія з постачальниками та партнерами. Ефективна комунікація з постачальниками допомагає у вчасному здійсненні поставок і підтримує взаємовигідні відносини з партнерами.

Комунікаційні процеси в готельно-ресторанному бізнесі є необхідним елементом для створення сприятливого середовища для розвитку та досягнення бізнес-цілей. Їх ефективне впровадження сприяє покращенню якості обслуговування, підвищенню рівня задоволеності клієнтів та оптимізації управління персоналом і ресурсами підприємства.

Комунікаційні процеси в готельних і ресторанных підприємствах схильні до інформаційного перевантаження, менеджери зайняті опрацюванням одержуваної інформації, а необхідність підтримувати інформаційний обмін не дає їм змоги ефективно реагувати на всю інформацію. Труднощі в налагодженні ефективної комунікації можуть бути спричинені недосконалістю структури управління - надлишком ієрархічних рівнів, недотриманням критеріїв керованості, нечітким розподілом обов'язків, прав і відповідальності менеджерів тощо. Щоб поліпшити комунікації в компаніях, необхідно чітко визначити інформаційні потреби кожного організаційного підрозділу і робочого місця та регулювати потік інформації залежно від розв'язуваних завдань.

Топ-менеджери мають постійно організовувати управлінську діяльність і вдосконалювати планування масштабних організаційних заходів, конференцій, нарад, зустрічей із підлеглими, ветеранами праці та керівниками інших компаній.

Для підвищення рівня комунікаційних процесів на підприємстві слід встановити скриньки для пропозицій, випускати інформаційні бюлетені (газети), розробити й упровадити системи збирання пропозицій, створити спеціальні групи для звернень, проводити анкетування та моніторинг відносин між співробітниками.

Використання правильних формулювань, точної термінології, наочних матеріалів і технічних засобів.

У готельному та ресторанному бізнесі для зв'язку між рівнями використовують нові комунікаційні технології, такі як аудіовізуальні засоби, телекомунікації, кабельне телебачення, супутникові системи зв'язку, інтерактивні засоби, такі як відеотексти тощо.

Спілкування між менеджерами та робочими групами може здійснюватися у формі бесід, професійних дискусій і зустрічей. При встановленні такого спілкування необхідно враховувати роль комунікаційних бар'єрів. Комунікаційні бар'єри – це психологічні перешкоди на шляху поширення та прийняття інформації, що виникають із різних причин: забобони, соціальні, політичні, моральні, професійні та інші відмінності між людьми, особливо між джерелом інформації та її адресатом (одержувачем). У готельному та ресторанному бізнесі наявні бар'єри для ефективної комунікації між менеджерами та робочими групами пов'язані зі складністю, що сприймається, семантичними бар'єрами, невербальними бар'єрами, поганим зворотним зв'язком і невмінням слухати.

Розлади, засновані на сприйнятті, - це реакції на те, що сприймається на основі уяви, а не на те, що відбувається насправді. Однією з перешкод для правильного сприйняття є конфлікт між сферами компетенції та різниця в судженнях між відправником і одержувачем інформації. Повідомлення інтерпретуються по-різному залежно від професії або досвіду співробітника, а також залежно від наявності недовіри або ворожості. Семантичні бар'єри, відмінності в розумінні та інтерпретації слів і тону голосу створюють значні труднощі у встановленні ефективної комунікації. Слова і символи мають безліч значень, що ускладнює передачу інформації за їхньою допомогою. У готельному бізнесі семантичні труднощі можуть виникнути через різні тлумачення таких загальноживаних слів, як «оптимальність», «ефективність» і «продуктивність». Комунікаційні бар'єри в бізнесі можуть бути викликані недооцінкою важливості спілкування або неправильними психологічними настановами окремих співробітників.

Обмін інформацією в готельному та ресторанному бізнесі може бути неадекватним через неповну структуру повідомлень, неправильний вибір слів, помилки в повідомленнях і недостатню увагу до невербального спілкування.

Процес комунікації охоплює не тільки слова, а й обмін поглядами, посмішками, насупленими бровами, жвавими поглядами, відсутніми поглядами, виразами схвалення або несхвалення, а також усіма іншими символами. Використання пальців для «вказівки», прикривання рота рукою, дотик до руки співрозмовника і розслаблення пози – це невербальні методи спілкування. До них також належать розширення зіниць, інтонація, модуляція голосу і побіжне мовлення.

Дослідження показують, що 55 % усіх типів повідомлень сприймаються через обличчя, позу і жести, а 38 % - через інтонацію і модуляцію голосу. Таким чином, тільки 7 % усіх повідомлень сприймаються через мову, що використовується для обміну інформацією [6]. Для того щоб передати повідомлення або дізнатися про звичаї іншої країни, необхідно поєднувати вербальні та невербальні засоби. Наприклад, якщо ви отримали візитну картку від японця, одразу ж прочитайте та запам'ятайте її. Якщо ви покладете її назад у кишеню, не прочитавши, вас вважатимуть незначним. Таким чином, часто виявляється, що «як ви говорите» важливіше, ніж «що ви говорите».

У сфері обслуговування клієнтів ефективність комунікації часто знижується через неповний зворотний зв'язок. У зв'язку з цим важливо, щоб співробітники були однаково точні під час передачі та отримання інформації. Вони також мають бути спокійними, уважними, зосередженими і вміти слухати - не перебивати, не ставити запитань, не сперечатися, терпляче слухати і співпереживати співрозмовнику. Також необхідно звертати увагу на мову, поставу і жести.

Інакше кажучи, щоб виробничий процес був ефективним, потік комунікації має йти не тільки згори донизу (від керівництва до підлеглих), а й знизу догори (від підлеглих до керівництва) і навіть по горизонталі (на одному рівні). Менеджери готелів і ресторанів, як правило, покладаються на

комунікацію «згори донизу» і часто не доносять політику, стратегію і тактику компанії до своїх підлеглих. Саме тому успішна комунікація має бути вулицею з двостороннім рухом, щоб менеджери могли визначити, наскільки чітко вони розуміють поставлене перед ними завдання. Для цього необхідно ретельно опрацювати процес комунікації, створити різноманітні комітети для розв'язання конкретних питань, а також проводити зустрічі та збори або індивідуальні контакти в міру необхідності.

Ефективна комунікація з різними зацікавленими сторонами є важливою складовою успішної діяльності готельно-ресторанного підприємства. Кожна з цих сторін має свої унікальні потреби, очікування та способи спілкування. Доцільно розглянути особливості комунікації з персоналом (табл. 1.1.), клієнтами, партнерами та постачальниками для забезпечення ефективного спілкування і досягнення спільних цілей.

Таблиця 1.1

Особливості комунікації з різними зацікавленими сторонами

Зацікавлена сторона	Особливості комунікації
Персонал	відкрита і прозора комунікація між керівництвом і співробітниками.
	використання різних каналів спілкування (наради, електронні засоби, внутрішні бюлетені тощо) для поширення інформації та забезпечення взаєморозуміння.
Клієнти	активне слухання клієнтів та врахування їхніх потреб і вимог.
	ввічливе та професійне спілкування, спрямоване на задоволення потреб клієнтів і створення позитивного досвіду.
Партнери	встановлення взаєморозуміння щодо спільних цілей і очікувань.
	регулярна зворотна зв'язок і оновлення щодо стану справ і

	планів.
Постачальники	чітке визначення вимог і умов співпраці.
	чесність і відкритість в спілкуванні, вирішення питань та конфліктів шляхом конструктивної дискусії.

Джерело: [5; 6]

Зазначені особливості комунікації з різними зацікавленими сторонами готельно-ресторанного підприємства демонструють важливість адаптації способів спілкування під потреби та очікування кожної сторони. Ефективна комунікація сприяє підвищенню рівня задоволення клієнтів, покращує співпрацю з партнерами та постачальниками, а також зміцнює внутрішні стосунки з персоналом, що сприяє загальному успіху і стабільності підприємства.

Комунікація в готельно-ресторанному бізнесі має величезне значення і впливає на всі аспекти його діяльності. Ось деякі з найважливіших аспектів значення комунікації для готельно-ресторанного бізнесу:

1. Задоволення клієнтів. Ефективна комунікація з гостями допомагає забезпечити їхні потреби та очікування. Професійне та ввічливе спілкування забезпечує позитивний досвід і задоволення клієнтів, що може призвести до повторних відвідувань і позитивних рекомендацій.

2. Управління персоналом. Ефективна внутрішня комунікація допомагає керівництву спілкуватися зі співробітниками, надає можливість пояснити цілі та очікування, а також зберігати мотивацію та залученість персоналу.

3. Бренд та репутація. Комунікація з громадськістю і медіа допомагає підприємству будувати позитивний імідж і репутацію. Вдала комунікація може вплинути на сприйняття бренду і стати основою для лояльності клієнтів.

4. Взаємодія з партнерами та постачальниками. Ефективна комунікація з партнерами та постачальниками сприяє встановленню

взаємовигідних стосунків, сприяє розвитку співпраці та забезпеченню потреб в ресурсах та послугах.

5. Керування кризовими ситуаціями. Комунікація грає важливу роль у керуванні кризовими ситуаціями, такими як аварії або негативний вплив навколишнього середовища. Правильна та чесна інформація може допомогти зменшити негативні наслідки для бренду і бізнесу в цілому.

6. Інновації та покращення процесів. Комунікація сприяє обміну ідеями та думками між різними рівнями організації, що може сприяти впровадженню інновацій та покращенню процесів.

Отже, комунікація є невід'ємною частиною успішної діяльності готельно-ресторанного бізнесу і впливає на всі аспекти його функціонування, починаючи від взаємодії з клієнтами і закінчуючи управлінням персоналом та партнерами.

1.2. Особливості управління комунікаційними процесами на підприємстві

Сучасна економіка і суспільство були б неможливі без добре розвинених інформаційних систем. Інформація та комунікації сьогодні є ключовими аспектами соціальної взаємодії та загальною характеристикою всіх видів діяльності, включно з управлінням. Для забезпечення ефективної роботи необхідний постійний розвиток і вдосконалення. Адже часом через недосконалість систем комунікації загальна ефективність управління та економічної діяльності організації може значно знизитися.

Налагоджена система комунікації покращує результати роботи, проте потребують часових затрат. Менеджери мусять витратити близько 80% робочого часу для спілкування з іншими, проводити зустрічі, телефонні розмови, спілкування в інтернеті [7; 31]. Технологічний розвиток і зміни в світі прискорюють передачу та обробку інформації.

Структура комунікацій на готельно-ресторанному підприємстві відіграє важливу роль у забезпеченні ефективної взаємодії між всіма зацікавленими сторонами, такими як персонал, клієнти, керівництво, партнери та постачальники. Вона визначає способи і канали передачі інформації, розподіл обов'язків та відповідальності за комунікацію. Нижче розглянемо типову структуру комунікацій на готельно-ресторанному підприємстві:

1. Внутрішня комунікація:

- *Вертикальна комунікація.* Це спілкування між керівництвом і підлеглими різних рівнів (наприклад, від директора до менеджерів, від менеджерів до робітників). Вертикальна комунікація забезпечує передачу важливої інформації, встановлення завдань і моніторинг виконання.

- *Горизонтальна комунікація.* Це спілкування між співробітниками одного рівня або відділу. Вона сприяє співпраці, обміну інформацією та вирішенню спільних завдань.

- *Діагональна комунікація.* Це спілкування між представниками різних відділів або рівнів управління. Діагональна комунікація допомагає вирішувати проблеми, що охоплюють кілька функціональних областей.

2. Зовнішня комунікація:

- *Клієнти.* Це включає всі канали спілкування з гостями готелю або ресторану, такі як бронювання, прийом інформації про послуги, отримання відгуків тощо.

- *Партнери та постачальники.* Це включає взаємодію з постачальниками і партнерами з метою укладення угод, управління взаємовідносинами та спільного планування.

- *Громадськість і ЗМІ.* Комунікація з громадськістю, включаючи місцеві спільноти, медіа та організації, також є частиною зовнішньої комунікації.

3. Комунікаційні канали:

- *Усні.* Зустрічі, наради, брифінги, бесіди.

- *Письмові.* Електронна пошта, листи, звіти.
- *Електронні.* Внутрішні портали, чати, спеціалізовані програмні засоби для управління комунікаціями.

4. Керівництво комунікаціями:

- Виділення відповідальних осіб за організацію та підтримку комунікаційних процесів.

- Створення комунікаційних стратегій та політик для забезпечення ефективної взаємодії всіх сторін.

5. Оцінка та покращення:

- Аналіз ефективності комунікаційних процесів і впровадження змін для їх покращення.

- Забезпечення зворотного зв'язку та постійного вдосконалення системи комунікації на підприємстві.

Ця структура дозволяє підприємству оптимізувати комунікаційні процеси, підвищувати ефективність спілкування та досягати стратегічних цілей шляхом забезпечення взаєморозуміння та співпраці всіх стейкхолдерів.

Ефективна комунікація є ключовим елементом успішного функціонування готельно-ресторанного підприємства. Вона включає в себе внутрішню комунікацію між співробітниками та зовнішню комунікацію з клієнтами, партнерами та громадськістю. Нижче наведено типові канали комунікації (табл. 1.2.), які використовуються на готельно-ресторанному підприємстві для ефективного спілкування з різними стейкхолдерами.

Таблиця 1.2

Канали комунікації

Тип комунікації	Приклади каналів комунікації
Внутрішня комунікація	Наради і зустрічі персоналу, брифінги та тренінги, електронна пошта, внутрішні соціальні мережі.
Зовнішня комунікація	Веб-сайт підприємства, профілі в соціальних мережах, публікації в місцевих ЗМІ, прес-релізи.

Джерело: [8]

Зазначені канали комунікації є важливими інструментами для забезпечення ефективної внутрішньої та зовнішньої комунікації на готельно-ресторанному підприємстві. Внутрішня комунікація допомагає забезпечити злагодженість та координацію дій між співробітниками, тоді як зовнішня комунікація сприяє взаємодії з клієнтами, партнерами та громадськістю для підтримки позитивного іміджу підприємства і розвитку бізнесу.

Управління кризовими комунікаціями є критично важливим аспектом для будь-якого готельно-ресторанного підприємства, оскільки кризові ситуації можуть швидко підірвати репутацію і призвести до втрати довіри клієнтів. Нижче наведено основні елементи управління кризовими комунікаціями:

1. Розробка стратегій і планів дій у випадку кризових ситуацій:
 - Ідентифікація потенційних кризових сценаріїв. Аналізуйте можливі загрози для репутації підприємства, такі як серйозні проблеми з обслуговуванням, випадки харчової отрути або негативні відгуки в мережі.
 - Створення планів дій. Розробіть детальні плани відповіді на кризові ситуації, включаючи визначення відповідальних осіб, комунікаційних каналів та повідомлень.
 - Тренування персоналу. Проводьте навчання та симуляції кризових ситуацій для підготовки персоналу до швидкого та ефективного реагування.
2. Швидке реагування і встановлення контролю над інформаційними потоками:
 - Активне слідкування за ситуацією. Виявляйте кризову ситуацію якомога швидше і здійснюйте перші кроки для мінімізації її впливу.
 - Керування інформаційним потоком. Забезпечуйте чітку, консистентну та правдиву інформацію як для внутрішніх, так і для зовнішніх аудиторій.
 - Встановлення комунікаційних каналів. Визначте основні канали комунікації для інформування зацікавлених сторін під час кризи (наприклад, офіційний веб-сайт, соціальні медіа, прес-релізи).

Ефективне управління кризовими комунікаціями допомагає зберегти довіру клієнтів, партнерів та громадськості, а також мінімізує негативні наслідки для репутації підприємства. Підготовка до можливих кризових ситуацій і правильна реакція на них є ключовими для успішного подолання труднощів і забезпечення подальшого розвитку бізнесу.

Визначення критеріїв успішності комунікаційних процесів є важливою складовою ефективного управління комунікаціями на готельно-ресторанному підприємстві. Критерії успішності (табл. 1.3.) дозволяють оцінити якість та результативність комунікаційних зусиль підприємства і забезпечити вдосконалення комунікаційних стратегій. У таблиці нижче наведено основні критерії успішності комунікаційних процесів на готельно-ресторанному підприємстві.

Таблиця 1.3

Визначення критеріїв успішності комунікаційних процесів

Критерій успішності	Опис
Чіткість та зрозумілість	Комунікація повинна бути зрозумілою та однозначною для всіх учасників процесу.
Доступність	Інформація має бути доступною та легкою в пошуку для всіх зацікавлених сторін.
Вчасність	Інформація повинна передаватись вчасно, без зайвих затримок.
Двостороння комунікація	Комунікація повинна сприяти взаємному обміну інформацією та думками.
Ефективність	Комунікація повинна досягати своєї мети та приносити очікувані результати.
Залученість співробітників	Співробітники повинні бути активно залучені до комунікаційних процесів.

Джерело: [9]

Визначення цих критеріїв успішності допомагає оцінити ефективність комунікацій на готельно-ресторанному підприємстві. Чітка, доступна, вчасна та двостороння комунікація сприяє підвищенню ефективності підприємства, забезпечує взаєморозуміння між співробітниками та партнерами, а також сприяє досягненню стратегічних цілей. Залученість співробітників до комунікаційних процесів також важлива для покращення робочого середовища та зміцнення командного духу на підприємстві. Регулярне оцінювання цих критеріїв дозволяє вдосконалювати комунікаційні стратегії та досягати більшої успішності в діяльності готельно-ресторанного бізнесу.

Загалом, ефективне управління комунікаційними процесами в готельно-ресторанному секторі допомагає забезпечити успішну роботу підприємства, підвищує його конкурентоспроможність та сприяє позитивному сприйняттю бренду серед клієнтів і партнерів.

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ РЕАЛІЗАЦІЇ

КОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УПРАВЛІННІ ГОТЕЛЬНО-

РЕСТОРАННИМ ПІДПРИЄМСТВОМ «СІЄСТА»

2.1. Характеристика та особливості діяльності у готельно-ресторанному комплексі «Сієста»

Готель «Сієста» – це 30 комфортабельних номерів різних категорій з затишним рестораном для проведення різного роду заходів, сауною з басейном і технічно обладнаним конференц-залом [10].

«Сієста» – готель 3 зірки.

Адреса: Кільцева дорога, 70, Софіївська Борщагівка, Київська область,
08137.

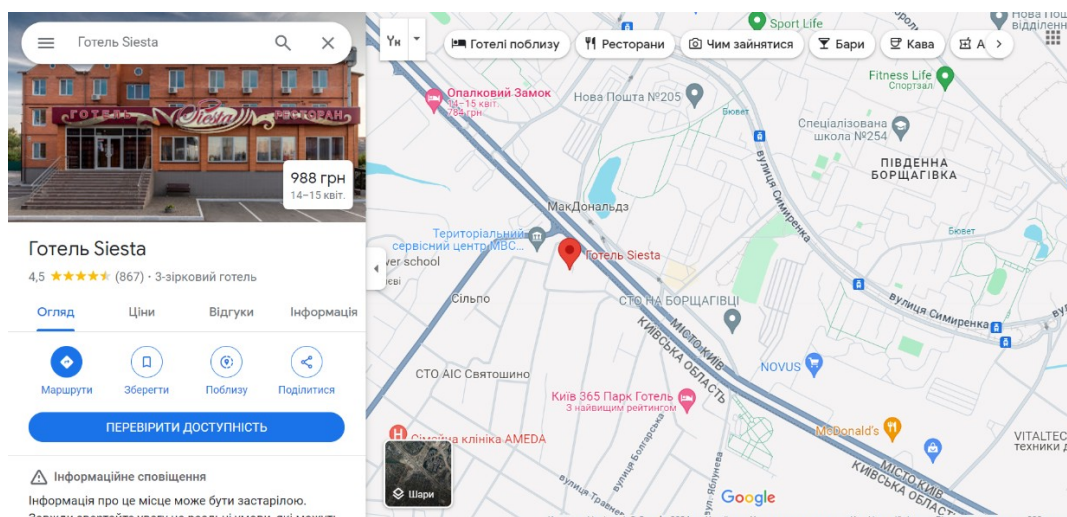


Рис. 2.1 – Місцезнаходження готельно-ресторанного комплексу «Сієста»

Готель SIESTA пропонує 30 номерів категорії «Люкс», «Стандарт», «Стандарт-твін» та «Економ». В кожному номері: зручне велике ліжко, кондиціонер, набір міні-парфумерії, міні-бар, санвузол з душовою кабіною, телевізор, робоча зона, шафа, кондиціонер. Паркінг, Wi-Fi, послуга камери схову включені у вартість номера. Номерний фонд готелю показано в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Номери готельно-ресторанного комплексу «Сієста»

№	Тип/Назва	Місткість	Площа номеру
1	Одномісний економ	1	20m ²
2	Двомісний Твін	2	20m ²
3	Двомісний стандарт	2	20m ²
4	Люкс	2	30m ²

Джерело: [10; 11]

Отже, в номерний фонд готелю «Сієста», що містить 30 номерів, входять: економ, твін, стандарт та люкс.

Архітектура та дизайн готельно-ресторанного комплексу «Сієста» відзначається світлою та сучасною кольоровою композицією з використанням природних матеріалів. Основні архітектурні та дизайнерські особливості комплексу описуються так:

1. Стиль. Готельно-ресторанний комплекс «Сієста» оформлений у сучасному стилі з акцентом на мінімалізм та функціональність. Архітектурні форми відрізняються простотою та чистотою ліній.

2. Кольорова палітра (рис. 2.2.). Основні кольори, використані в дизайні, включають світлі відтінки, такі як бежевий, сірий, білий та світло-коричневий. Ця палітра створює відчуття світлості, простору та комфорту.



Рис. 2.2 – Кольорова гама готельно-ресторанного комплексу «Сієста»

3. Матеріали. В основі дизайну використовуються природні матеріали, такі як дерево, скло, метал та камінь. Наприклад, номери в комплексі оформлені в бежевому деревесному кольорі, що надає їм теплого та затишного вигляду.

4. Просторове планування. Комплекс має відкрите та просторе планування, сприяючи відчуттю вільності та гармонії. Зони відпочинку та громадські простори ретельно розроблені для забезпечення зручності та ергономічності.

5. Природне освітлення. Дизайн комплексу спроектований таким чином, щоб максимально використовувати природне освітлення. Великі вікна, скляні перегородки та світлий інтер'єр створюють відчуття світлості та привабливості приміщень.

Загальний дизайн готельно-ресторанного комплексу «Сієста» підкреслює сучасність, комфорт та гостинність. Світла кольорова палітра та використання природних матеріалів сприяють створенню затишної та спокійної атмосфери для гостей, а архітектурні особливості дозволяють забезпечити комфортне перебування у комплексі.

Безпека Гостей – один із пріоритетів в нашій роботі. Під час повітряної тривоги в готелі «Сієста» є тимчасове укриття. Також запроваджені заходи профілактики та запобігання поширенню COVID19: провітрювання приміщень, а також проведення вологих прибирань зон рецепції, холу, санвузлів, ресторану, коридорів із використанням дезінфекційних засобів. Гостям безкоштовно пропонуються дезінфектори, в продажу є захисні маски.

У таблиці 2.2. перераховано основні та додаткові послуги, які надає готельно-ресторанний комплекс «Сієста» своїм гостям. Ці послуги включають в себе широкий спектр зручностей, що роблять перебування гостей комфортним і приємним.

Таблиця 2.2

Основні та додаткові послуги готельно-ресторанного комплексу «Сієста»

Послуга	Опис
Проживання	Комфортні номери
Цілодобова стійка реєстрації	Стійка реєстрації доступна цілодобово для зручності гостей.
Безкоштовний Wi-Fi	Безкоштовний доступ до бездротового Інтернету для усіх гостей.
Безкоштовний паркінг	Паркування автомобілів на території комплексу безкоштовно для гостей.
Пральня	Наявність послуги прання та прасування одягу для гостей.
Камера зберігання	Можливість зберігання особистих речей та валіз у спеціальній камері.
Міні-бібліотека: книги та журнали	Наявність міні-бібліотеки з асортиментом книг та журналів для відпочинку гостей.
Зарядка для електромобілів	Система зарядки для електромобілів на парковці комплексу.
Питна вода на кожному поверсі	Наявність питної води для гостей на кожному поверсі готельного корпусу.
Проживання з тваринами	Можливість проживання з домашніми

	тваринами за додаткову плату та умовами.
Фінська сауна	Відпочити та розслабитись після важкої дороги або насичених буднів допоможе сауна Siesta. Послуга замовлення сауни відкрита не тільки для Гостей готелю, але всіх охочих.
Паркінг	Безкоштовний паркінг
Конференц-сервіс	Для організації семінарів та конференцій готель має дві конференц-зали для проведення ділових заходів до 60 учасників.

Джерело: [11]

Наявність широкого спектру послуг у готельно-ресторанному комплексі «Сієста» свідчить про турботу про комфорт та зручність гостей. Від цілодобової реєстрації та безкоштовного Wi-Fi до пральні, міні-бібліотеки та зарядки для електромобілів - комплекс пропонує різноманітні сервіси для задоволення потреб гостей у різних сферах. Додаткові послуги, такі як фінська сауна та конференц-сервіси, роблять перебування у «Сієста» ще більш приємним та розкішним.

Цільова аудиторія споживачів готельно-ресторанного комплексу «Сієста» визначається з урахуванням його особливостей, послуг і характеристик. Основними групами цільової аудиторії для «Сієста» є:

1. Бізнес-подорожні:
 - Менеджери, бізнес-туристи, представники компаній, які прибувають у місто на робочі зустрічі, конференції або переговори.
 - Ці гості оцінюють зручне розташування, комфортні номери з усіма необхідними зручностями, послуги конференц-центру та доступ до швидкого Інтернету.
2. Туристи та подорожуючі:
 - Люди, які відвідують місто як туристи або подорожують у справах.
 - Цільова аудиторія може включати сім'ї, пари або індивідуальних подорожуючих, які цінують затишний та комфортний готельний досвід.

3. Учасники подій та весіль:
 - Люди, які влаштовують або беруть участь у конференціях, семінарах, весіллях або інших спеціальних подіях.
 - Для цієї групи важливість наявності конференц-залів, банкетних приміщень та інших послуг для організації подій.
4. Клієнти, що шукають відпочинок і релаксацію:
 - Люди, які хочуть відпочити та розслабитися у спа-центрі, користуючись іншими зручностями готельного комплексу.
 - Цільова аудиторія може охоплювати подорожуючих, які шукають спокій та релаксацію після напруженого дня чи тривалої подорожі.
5. Клієнти з певними вимогами (наприклад, з домашніми тваринами):
 - Люди, які мають особливі вимоги до проживання, наприклад, ті, хто подорожує з домашніми тваринами.
 - Для цієї групи важлива наявність домашніх умов та послуг, які дозволяють проживання з тваринами.

Діаграма (рис. 2.3.) відображає структуру та розподіл аудиторії комплексу за різними категоріями, що є важливою основою для розробки цілісної стратегії комунікації з різними клієнтськими групами.



Рис. 2.3 – Відсоткове співвідношення цільової аудиторії готельно-ресторанного комплексу «Сієста»

Джерело: складено автором на основі [10; 15]

Цільова аудиторія готельно-ресторанного комплексу «Сієста» досить різноманітна і включає різні групи подорожуючих та відвідувачів з різними потребами. «Сієста» спрямовує свою діяльність на задоволення різних потреб своїх гостей, надаючи високоякісний сервіс та зручності для комфортного перебування.

Особливості діяльності готельно-ресторанного комплексу «Сієста»:

1. Готельна діяльність:

- *Реєстрація.* Готель «Сієста» надає зручну цілодобову стійку реєстрації, де професійний персонал швидко та ефективно здійснює процедуру реєстрації гостей.

- *Обслуговування номерів.* Номери у готелі «Сієста» відзначаються комфортом та стилем. Обслуговування номерів забезпечується регулярним прибиранням, заміною білизни та іншими необхідними послугами.

- *Послуги консьєржа.* Гості можуть скористатися послугами консьєржа для отримання інформації про місцеві визначні пам'ятки, замовлення екскурсій, трансферів та інших послуг.

2. Ресторанна діяльність:

- *Види ресторанів та кухні.* «Сієста» пропонує різноманітність ресторанних зон, включаючи вишукані ресторани з місцевою та міжнародною кухнею, а також затишні кав'ярні та бари.

- *Особливості меню.* Меню ресторану «Сієста» вражає різноманітністю та якістю страв. Тут можна скуштувати страви на будь-який смак, включаючи страви місцевої кухні та авторські десерти.

- *Обслуговування та атмосфера.* Обслуговування у ресторанах «Сієста» відзначається професіоналізмом та уважністю до деталей. Атмосфера створюється для максимального комфорту та задоволення гостей.

3. Організація подій:

- *Конференції та зустрічі.* «Сієста» має сучасні конференц-зали з усіма необхідними зручностями для проведення бізнес-заходів, семінарів та конференцій.

- *Весільні та інші події.* Готель готовий до організації романтичних весіль, ювілеїв та інших святкових подій. Команда «Сієста» забезпечує повний спектр послуг з планування та організації подій, включаючи декор, кейтеринг та розважальні програми.

Готельно-ресторанний комплекс «Сієста» відомий своєю уважністю до деталей, високим рівнем сервісу та розмаїттям послуг для різних типів гостей. Він створює комфортне та затишне середовище як для бізнес-подорожніх, так і для тих, хто шукає відпочинок та розваги. Організація подій у «Сієста» є професійною та дбайливою, забезпечуючи незабутні враження для всіх гостей.

В управлінській практиці готелів найбільш поширені такі типи організаційних структур:

- лінійна;
- функціональна;
- лінійно-функціональна [13].

Готельно-ресторанний комплекс «Сієста» відзначається не лише своєю унікальною архітектурою та розміщенням номерів у світлих кольорах, але й добре структурованою організаційною структурою управління. Згідно з схемою організації (рис. 2.4), управління комплексом здійснюється через кілька ключових відділів, таких як гостьовий сервіс, ресторанний відділ, маркетинг та продажі, фінансовий відділ тощо. Кожен з цих відділів має свою відповідальність і функції, що допомагають забезпечувати ефективне функціонування комплексу та задоволення потреб клієнтів.



Рис. 2.4 – Організаційна структура управління готельно-ресторанним комплексом «Сієста» [14]

Нижче наведено приклад організації праці персоналу на підприємстві залежно від посад:

1. Генеральний директор: розробка стратегії підприємства; планування та координація роботи всіх підрозділів.
2. Директор з фінансів: фінансова звітність та бюджетування; керування фінансовими ресурсами підприємства.
3. Директор з виробництва: планування та контроль виробничих процесів; координація роботи з постачальниками та партнерами.
4. Директор з технічного обслуговування: контроль технічного стану обладнання; забезпечення ефективної роботи технічного персоналу.
5. Служба технічного супроводу відповідає за технічне обслуговування та ремонт приміщень, інженерних систем та обладнання.
6. Служба заселення:
 - адміністратори - зустрічають гостей готелю та забезпечують їх реєстрацію, відповідають на запитання та надають інформацію про послуги готелю та місто;

– консьєржі - надають інформацію про місцеві визначні місця та розваги, допомагають замовляти транспорт та квитки на події.

7. Бухгалтерська і фінансова служба відповідає за ведення бухгалтерського обліку, фінансове планування, контроль за фінансовою діяльністю готелю.

8. Менеджер постачання відповідає за здійснення закупівель і поставок необхідних матеріалів, товарів та послуг для роботи готелю.

9. Служба обслуговування:

– офіціанти та бармени обслуговують гостей у ресторанах та барах готелю;

– покоївки – забезпечують чистоту та належну гігієну номерів та загальних зон готелю;

– швейцари – надають допомогу гостям з перенесенням багажу та забезпечують його безпечне зберігання.

10. Служба пожежної безпеки та телекомунікації відповідає за забезпечення безпеки проживання гостей, контроль за системами комунікації та телекомунікаціями.

11. Служба безпеки: охоронці - забезпечують безпеку на території готелю та в контрольованих зонах, здійснюють контроль за входом та виходом гостей та персоналу.

12. Технічний персонал:

– механіки та електрики - відповідають за ремонт та технічне обслуговування обладнання та мереж готелю;

– сантехніки - забезпечують роботу водопровідних та каналізаційних систем, встановлюють та ремонтують сантехніку;

– кліматичні спеціалісти – відповідають за обслуговування систем опалення, вентиляції та кондиціонування повітря.

З урахуванням переліку персоналу та їх обов'язків, можна зробити висновок про те, що управління кадровим потенціалом готельно-ресторанним комплексом «Сієста» є добре організованим та розробленим. Готель має різні

підрозділи та департаменти, кожен з яких має свою відповідну структуру та функції, що допомагають забезпечити ефективну роботу готелю.

Маркетинг та продажі в готельно-ресторанному комплексі «Сієста»:

1. Продажі та реклама:

- *Стратегії маркетингу та реклами.* «Сієста» використовує комплексні стратегії маркетингу, орієнтовані на привертання різних груп клієнтів. Це включає створення привабливого інтернет-присутності через веб-сайт [11] та соціальні медіа, рекламу у туристичних журналах та виданнях, а також участь у туристичних виставках та подіях.

- *Просування через онлайн-платформи та соціальні медіа.* «Сієста» активно просувається через онлайн-платформи бронювання готелів, такі як Booking.com [15], Hotels24.ua [12], а також має активну присутність у соціальних мережах, де розміщує оновлення про події та спеціальні пропозиції.

- *Співпраця з туроператорами.* Готельний комплекс співпрацює з туроператорами, які рекомендують «Сієста» своїм клієнтам, організовуючи пакетні тури та пропозиції.

2. Клієнтська база:

- *Привертання та утримання клієнтів.* Для привертання нових клієнтів «Сієста» використовує спеціальні пропозиції, знижки та пакетні пропозиції для різних сезонів та святкових періодів. Утримання клієнтів здійснюється за допомогою програм лояльності, де постійні гості отримують знижки або додаткові послуги після кількох відвідувань.

- *Програми лояльності.* «Сієста» пропонує програми лояльності для постійних гостей, які надають знижки, безкоштовні додаткові послуги або бонусні бали за кожне проживання.

- *Обслуговування корпоративних клієнтів.* Для корпоративних клієнтів «Сієста» надає спеціальні умови та послуги, включаючи знижки на групові бронювання, конференц-зали для зустрічей та переговорів, а також індивідуальний підхід до обслуговування.

Маркетингові та продажні стратегії готельно-ресторанного комплексу «Сієста» спрямовані на максимізацію клієнтської бази, збільшення відвідуваності та збільшення лояльності гостей. Комплекс активно використовує інтернет-технології та співпрацює з партнерами у туристичній галузі для досягнення цих цілей.

Таблиця 2.3. представляє основні комунікаційні процеси в готельно-ресторанному комплексі «Сієста», які відображаються через внутрішні та зовнішні канали спілкування.

Таблиця 2.3

Комунікаційні процеси в готельно-ресторанному комплексі «Сієста»

Тип комунікації	Опис процесу
Внутрішня комунікація	система електронної пошти та внутрішньої мережі для обміну інформацією між відділами.
	регулярні наради та зустрічі для обговорення стратегій та планів дій.
	використання чатів та систем управління проектами для співпраці між різними рівнями управління.
Зовнішня комунікація	рекламні кампанії через веб-сайт, соціальні медіа та туристичні платформи.
	взаємодія зі зв'язками з громадськістю для підтримки позитивного іміджу.
	розвиток контенту для привертання уваги та спілкування зі світовою аудиторією.

Джерело: [16-18]

Ця таблиця відображає важливість як внутрішньої, так і зовнішньої комунікації для готельно-ресторанного комплексу «Сієста». Внутрішня комунікація допомагає забезпечити ефективну співпрацю між відділами і рівнями управління, тоді як зовнішня комунікація сприяє підтримці позитивного іміджу та взаємодії з клієнтами та партнерами. Розуміння цих процесів дозволяє комплексу успішно працювати зі своєю аудиторією та досягати бізнес-цілей.

Готельно-ресторанний комплекс «Сієста» визначається своєю різноманітною та високоякісною діяльністю, спрямованою на забезпечення комфорту, задоволення та відпочинку гостей. Основні особливості господарювання в комплексі «Сієста» включають:

1. Комфортні номери та послуги. Готель «Сієста» пропонує затишні та стильні номери, оформлені в світлих тонах з сучасними зручностями. Постійне покращення якості обслуговування та регулярне оновлення інтер'єру дозволяє комплексу підтримувати високі стандарти комфорту для гостей.

2. Ресторани та кулінарні враження. У комплексі «Сієста» працюють різноманітні ресторани з авторською кухнею, де гості можуть смакувати страви різних кухонь світу. Меню оновлюється сезонно, пропонуючи гостям нові кулінарні враження.

3. Організація подій та конференц-сервіс. Комплекс «Сієста» є ідеальним місцем для проведення подій різного масштабу, включаючи конференції, бізнес-зустрічі, весілля та інші святкові заходи. Професійна команда з організації подій допомагає зробити кожен подію незабутньою та успішною.

4. Маркетингові та рекламні стратегії. Комплекс активно використовує різноманітні маркетингові та рекламні стратегії для привертання нових клієнтів та підтримки стабільного потоку гостей. Це включає рекламу через соціальні медіа, участь у туристичних виставках та подіях, а також програми лояльності.

5. Управління комунікаціями. Ефективна внутрішня та зовнішня комунікація є одним з ключових пріоритетів у діяльності комплексу «Сієста». Забезпечення високоякісного обміну інформацією між співробітниками та гостями допомагає забезпечувати високий рівень обслуговування та підтримувати позитивний імідж.

Готельно-ресторанний комплекс «Сієста» відзначається своїм професіоналізмом, увагою до деталей та постійним покращенням якості послуг. Його діяльність спрямована на задоволення потреб сучасного туриста та створення незабутнього досвіду для кожного гостя.

2.2. Аналіз та оцінка системи комунікаційних процесів у готельно-ресторанному підприємстві в сучасних умовах

Система комунікаційних процесів в готельно-ресторанному підприємстві є критичною складовою для забезпечення ефективного функціонування та досягнення стратегічних цілей в сучасних умовах гостинності. В умовах швидкозмінних технологій та високої конкуренції на ринку туризму й гостинності, правильна організація та оптимізація комунікаційних процесів є важливим чинником успіху.

Огляд існуючої системи комунікацій в готельно-ресторанному підприємстві «Сієста»:

Внутрішня комунікація:

У підприємстві «Сієста» існує добре організована система внутрішньої комунікації, яка сприяє ефективному обміну інформацією між різними відділами та рівнями управління. Основні канали спілкування включають:

1. Електронна пошта. Використовується для офіційного спілкування між співробітниками, відправлення розсилок з новинами та оновленнями, обміну документами.

2. Внутрішня мережа. Комплекс використовує спеціалізовані програмні засоби для співпраці між відділами, обміну проектними документами, ведення спільних баз даних.

3. Регулярні наради та зустрічі. Важливою складовою системи є організація нарад та зустрічей для обговорення стратегічних планів, проблем та покращень.

4. Чати та спільні платформи. Використовуються для оперативного обміну інформацією між співробітниками, обговорення поточних питань.

Зовнішня комунікація:

У готельно-ресторанному підприємстві «Сієста» також активно використовуються різні канали зовнішньої комунікації для взаємодії з клієнтами, партнерами та громадськістю:

1. Веб-сайт. Основна платформа для представлення послуг, бронювання номерів, публікації новин та акцій.

2. Телефон та електронна пошта. Клієнти можуть зв'язатися з готелем за допомогою телефону або електронної пошти для отримання консультацій та бронювання.

3. PR та рекламні кампанії. Проводяться різноманітні рекламні заходи та PR-кампанії для підвищення відомості про комплекс, участь у туристичних виставках, співпраця з туроператорами.

Ця система комунікації допомагає готельно-ресторанному підприємству «Сієста» ефективно взаємодіяти як всередині, так і ззовні, забезпечуючи високий рівень обслуговування клієнтів та підтримки позитивного іміджу компанії. Однак, для покращення ефективності комунікаційних процесів, можливо, необхідні додаткові заходи з оптимізації, удосконалення технологій та розвитку нових стратегій взаємодії зі зацікавленими сторонами.

Визначення структури та організації комунікаційних потоків між різними відділами та рівнями управління є ключовим аспектом для забезпечення ефективної внутрішньої комунікації в готельно-ресторанному підприємстві. Це

дозволяє забезпечити своєчасну передачу інформації, сприяти координації дій та підвищувати загальну ефективність роботи підприємства.

Таблиця 2.4. призначена для детального огляду структури та організації комунікаційних потоків всередині готельно-ресторанного комплексу «Сіеста». Вона допоможе визначити, як відбувається обмін інформацією між різними відділами та рівнями управління, а також виділити ключові аспекти цієї взаємодії.

Таблиця 2.4

Структура та організація комунікаційних потоків

Відділ/Рівень управління	Основні канали комунікації	Частота комунікації	Тип інформації, що передається
Адміністративний відділ	Електронна пошта, телефон, зустрічі	Щоденно	Організаційні питання, звіти, розпорядження
Відділ гостьового обслуговування	Чат на платформі, телефон	Постійно в режимі реального часу	Запити та потреби гостей, резервації номерів

Закінчення таблиці 2.4

Відділ ресторанного сервісу	Жива бесіда, планування нарад	Щотижнево	Меню, запаси, розклад роботи
Відділ маркетингу та продажів	Електронна пошта, веб-сайт, соціальні медіа	Регулярно	Рекламні акції, запити від клієнтів, звіти про продажі
Відділ управління персоналом	Інтернет-портал компанії, наради	Щомісячно	Персональні дані співробітників, навчальні програми

Джерело: [12; 19-21]

Ця таблиця підкреслює різноманітність каналів комунікації, які використовуються в готельно-ресторанному комплексі «Сіеста» для внутрішньої взаємодії між відділами та рівнями управління. Різноманітність цих каналів дозволяє ефективно вирішувати організаційні питання, забезпечувати високий рівень обслуговування гостей та сприяти розвитку підприємства. Однак, можливості для подальшого покращення включають оптимізацію частоти комунікації, використання новітніх технологій для спрощення процесів та підвищення рівня ефективності обміну інформацією між відділами.

Таблиця 2.5. відображає систематичний аналіз переваг і недоліків існуючої системи комунікацій у готельно-ресторанному комплексі «Сіеста». Шляхом уявного упорядкування цих аспектів ми зможемо краще зрозуміти, як система працює в поточних умовах і що потрібно покращити.

Таблиця 2.5

Недоліки та переваги існуючої системи комунікацій

Аспект комунікації	Переваги	Недоліки
Внутрішня комунікація	швидкий обмін інформацією між відділами	недостатня структурованість системи
	доступність різних каналів спілкування	брак систематичних нарад та звітів
	зручність спільної роботи та проектів	велика кількість електронних повідомлень

Зовнішня комунікація	ефективне взаємодія з клієнтами та партнерами	недостатня активність в соціальних медіа
	добре структуровані рекламні кампанії	обмежені можливості веб-сайту
	висока репутація підприємства	відсутність систематичних опитувань клієнтів

Джерело: [32-35]

Аналіз переваг і недоліків існуючої системи комунікацій готельно-ресторанного комплексу «Сієста» вказує на деякі сильні сторони, які сприяють ефективному обміну інформацією всередині організації та зовнішньою взаємодією з клієнтами та партнерами. Однак існують також деякі слабкі моменти, які потребують уваги та вдосконалення.

Для покращення системи комунікацій слід зосередитися на усуненні недоліків, таких як неструктурованість внутрішньої комунікації та недостатня активність в соціальних медіа. Водночас, важливо продовжувати використовувати переваги існуючої системи, такі як швидкий обмін інформацією та добре структуровані рекламні кампанії, для підтримки позитивного іміджу та успішної діяльності комплексу «Сієста».

Таблиця 2.6. пропонує детальний огляд рівня задоволеності як внутрішніх (співробітників), так і зовнішніх (гостей, партнерів) клієнтів від системи комунікації готельно-ресторанного комплексу «Сієста». Шляхом аналізу оцінок та ключових причин задоволеності та недоліків, ми можемо виявити тенденції та здійснити необхідні корекції для покращення комунікаційної стратегії.

Таблиця 2.6

Оцінка рівня задоволеності внутрішніх та зовнішніх клієнтів

Категорія клієнтів	Оцінка задоволеності (від 1 до 5)	Ключові причини задоволеності	Основні недоліки та проблеми
--------------------	-----------------------------------	-------------------------------	------------------------------

Внутрішні клієнти (співробітники)			
адміністративний персонал	4	регулярні збори команди; чітка внутрішня комунікаційна система	відсутність власної платформи для спільної роботи
гостьовий сервіс	3	ввічливе ставлення до співробітників інших відділів; швидке вирішення внутрішніх питань	не завжди своєчасне отримання інформації про зміни в готелі
ресторанний персонал	4	зручний графік роботи; регулярні тренінги	не завжди чіткі інструкції щодо нових страв
маркетинг та продажі	4	ефективна співпраця з іншими відділами доступ до актуальних даних про клієнтів	відсутність чіткої стратегії комунікації щодо нових продуктів
Зовнішні клієнти (гості, партнери)			

Закінчення таблиці 2.6

гості готелю	4	швидке заселення та виселення; ввічливий персонал; зручний сайт для бронювання	не завжди своєчасне оновлення інформації на сайті щодо послуг
партнери та постачальники	5	регулярний обмін інформацією; швидке вирішення питань	відсутні зустрічі для обговорення стратегії співпраці

клієнти ресторану	4	смачна їжа; швидке обслуговування; приємна атмосфера	іноді довгий час очікування замовлення
----------------------	---	---	--

Джерело: складено автором на основі офіційного сайту готельно-ресторанного комплексу [12] та гугл-відгуків

Ця таблиця дозволяє отримати цінну інформацію про рівень задоволеності як внутрішніх, так і зовнішніх клієнтів від комунікації з готельно-ресторанним комплексом «Сієста». Для поліпшення системи комунікації варто звернути увагу на недоліки та проблеми, які були виявлені, і вжити заходи для їх вирішення, зберігаючи та підсилюючи переваги, які були визначені клієнтами.

Виявлення основних проблем, з якими стикається система комунікацій у готельно-ресторанному підприємстві є важливим етапом для подальшого покращення цієї системи. Нижче наведено деякі проблеми, які виникають:

1. Недостатня внутрішня комунікація. Однією з основних проблем може бути недостатня ефективність внутрішньої комунікації між різними відділами та рівнями управління. Це може включати нечіткість у вимогах, неправильне розуміння завдань та процесів, або недостатню передачу важливої інформації.

2. Неефективність зовнішньої комунікації. Організація може стикатися з проблемами у взаємодії з клієнтами, партнерами та постачальниками через недоліки у зовнішній комунікації. Наприклад, нечіткість у пропозиціях, недоліки в обслуговуванні або несвоєчасна відповідь на запити.

3. Брак структурованості. Іноді система комунікації може бути недостатньо структурованою, що призводить до незрозумілих потоків інформації та заплутаних процесів комунікації.

4. Відсутність спільної стратегії. Якщо в підприємстві відсутня чітка стратегія комунікації, це може спричинити конфлікти, непорозуміння та недосягнення цілей.

5. Технічні проблеми. Проблеми зі засобами комунікації, такими як несправність обладнання, погана якість зв'язку або недоліки в програмному забезпеченні, також можуть бути чинниками, що ускладнюють комунікацію.

6. Недостатня зворотний зв'язок. Якщо в системі відсутній ефективний механізм зворотного зв'язку з клієнтами або співробітниками, це може призвести до незадоволеності та нерозуміння потреб і вимог сторін.

Для вирішення цих проблем можна розглянути впровадження кращих практик управління комунікаціями, вдосконалення процесів, навчання персоналу та використання сучасних технологій для покращення якості комунікації всередині підприємства та зовнішнього спілкування.

Розробка рекомендацій щодо покращення системи комунікацій у готельно-ресторанному підприємстві «Сієста» є ключовим етапом для забезпечення ефективності та продуктивності у всіх аспектах діяльності. На основі аналізу поточних проблем і можливостей пропонується серія рекомендацій, спрямованих на вдосконалення як внутрішньої, так і зовнішньої комунікації, з метою підвищення задоволеності клієнтів та співробітників, покращення ефективності бізнес-процесів та підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Таблиця 2.7. містить пропозиції з удосконалення внутрішньої комунікації між співробітниками та відділами комплексу «Сієста». Пропозиції розроблені для поліпшення ефективності спілкування всередині підприємства та забезпечення кращої координації між різними частинами організації.

Таблиця 2.7

Пропозиції з удосконалення внутрішньої комунікації

Пропозиція	Опис подальшого удосконалення
Організувати регулярні зустрічі та наради з участю представників різних	Забезпечити платформу для обміну інформацією та співпраці між

відділів для обговорення поточних питань та стратегій	відділами
Впровадження централізованої системи електронної пошти та обміну документами	Забезпечити доступність інформації для всіх співробітників у форматі, зрозумілому та доступному для всіх
Встановлення системи внутрішнього корпоративного порталу для обміну важливою інформацією, документами та звітами	Забезпечити ефективну комунікацію та забезпечити відкритий доступ до важливих ресурсів для всіх відділів
Проведення тренінгів з комунікації для персоналу та управлінського складу	Підвищення навичок спілкування та ефективної комунікації для забезпечення кращої взаємодії між співробітниками та відділами
Впровадження цифрових інструментів для спільної роботи та обміну ідеями (наприклад, чати, онлайн-форуми)	Забезпечити швидку та зручну спільну роботу між відділами для розвитку нових ідей та рішень

Джерело: складено автором

Ці пропозиції спрямовані на вдосконалення системи внутрішньої комунікації у готельно-ресторанному комплексі «Сієста», щоб підвищити ефективність спілкування між співробітниками та різними відділами. Реалізація цих пропозицій допоможе покращити координацію роботи, зменшити недорозуміння та сприятиме досягненню спільних цілей підприємства.

Нижче подано рекомендації з удосконалення зовнішньої комунікації з клієнтами та партнерами готельно-ресторанного комплексу «Сієста». Ці пропозиції спрямовані на покращення взаємодії зі споживачами та партнерами, щоб забезпечити їм кращий досвід та збільшити задоволеність від обслуговування.

Таблиця 2.8

Рекомендації щодо поліпшення зовнішньої комунікації

Рекомендація	Опис подальшого удосконалення
Покращення веб-сайту комплексу «Сієста» для зручного та інформативного бронювання та отримання інформації	Оновлення дизайну та інтерфейсу, додавання важливих розділів і функцій
Активна присутність у соціальних медіа з регулярними оновленнями та взаємодією з аудиторією	Публікація цікавого та корисного контенту, відповіді на запитання та коментарі
Організація програм лояльності для постійних клієнтів та спеціальні пропозиції для партнерів	Створення привабливих умов та пропозицій, що стимулюють вірність та співпрацю
Посилення зв'язків з партнерами через регулярні зустрічі, обмін інформацією та взаємодію	Організація спільних заходів, обговорення стратегій та проблемних питань

Джерело: складено автором на основі [36-40]

Ці рекомендації спрямовані на покращення зовнішньої комунікації готельно-ресторанного комплексу «Сієста» з клієнтами та партнерами. Впровадження запропонованих заходів допоможе залучити нових клієнтів, збільшити лояльність поточних клієнтів та підвищити рівень задоволеності від обслуговування.

Оптимізація системи комунікацій у готельно-ресторанному комплексі «Сієста» може призвести до ряду позитивних результатів, які сприятимуть підвищенню ефективності та успішності підприємства. Ось деякі прогнозовані позитивні результати:

1. Покращення задоволеності клієнтів. З оптимізацією зовнішньої комунікації, включаючи оновлення веб-сайту, активну присутність у соціальних медіа та впровадження програм лояльності, клієнти будуть отримувати кращий досвід і сприйматимуть комплекс «Сієста» як більш привітне та доступне місце для відпочинку чи проведення подій.

2. Збільшення потоку клієнтів і партнерів. Посилення зовнішньої комунікації та активна взаємодія з партнерами можуть призвести до збільшення числа гостей, більшого обсягу бронювань та нових партнерських угод, що сприятиме зростанню прибутковості комплексу.

3. Підвищення ефективності внутрішньої комунікації. Оптимізація внутрішньої комунікації, включаючи організацію зустрічей, впровадження цифрових інструментів та проведення тренінгів з комунікації, сприятиме покращенню координації та співпраці між відділами, що позитивно позначиться на продуктивності та результативності роботи персоналу.

4. Зменшення конфліктів і непорозумінь. Збільшена ефективність комунікації допоможе знизити ризик виникнення конфліктів та непорозумінь як серед співробітників, так і з клієнтами чи партнерами, що сприятиме створенню позитивної атмосфери та збереженню репутації компанії.

5. Підвищення конкурентоспроможності. Загальне покращення системи комунікацій зробить комплекс «Сієста» більш конкурентоспроможним на ринку готельно-ресторанного бізнесу, що сприятиме залученню нових клієнтів і збереженню поточної клієнтської бази.

Ці прогнозовані позитивні результати від оптимізації системи комунікацій демонструють важливість інвестування в покращення комунікаційних процесів для досягнення успіху у готельно-ресторанному бізнесі.

При впровадженні рекомендацій з покращення комунікаційної системи у готельно-ресторанному комплексі «Сієста» необхідно враховувати потенційні витрати і ризики. Оцінка цих аспектів допоможе забезпечити ефективне планування і ресурси для успішної реалізації проекту.

Потенційні витрати:

1. Технологічні витрати. Необхідність оновлення веб-сайту, розробка та впровадження програмного забезпечення для кращої внутрішньої комунікації можуть потребувати фінансування на придбання та інсталяцію нових технологій. Орієнтовно це може складати від 50,000 до 100,000 гривень або більше, залежно від обсягу і складності робіт.

2. Маркетинг та реклама. Збільшення активності в соціальних медіа, рекламні кампанії та інші маркетингові заходи можуть потребувати додаткових витрат на розробку контенту, платформ для просування та оплати рекламних послуг. Орієнтовний бюджет на це може бути від 30,000 до 70,000 гривень на місяць.

3. Тренінги та навчання персоналу. Інвестування у навчання та тренінги з комунікації для персоналу може зайняти значну частину бюджету. Розрахункові витрати на це можуть складати 20,000 - 50,000 гривень на місяць, в залежності від кількості та формату тренінгів.

Потенційні ризики:

1. Технічні проблеми. Впровадження нових технологій може зустрічати технічні труднощі, такі як сумісність програмного забезпечення, проблеми з безпекою даних або непередбачені витрати на підтримку.

2. Невдалий прийом з боку співробітників. Не всі співробітники можуть позитивно сприйняти зміни в системі комунікації або можуть мати труднощі у використанні нових інструментів.

3. Низька ефективність нових заходів. Інвестиції в маркетинг та рекламу можуть не принести очікуваного результату через недостатню відгуковість аудиторії або неправильне спрямування рекламної кампанії.

4. Фінансові обмеження. Потенційні обмеження бюджету можуть ускладнити впровадження всіх необхідних заходів з покращення комунікацій.

Загальна оцінка витрат і ризиків повинна враховувати можливі наслідки і забезпечити адекватне фінансування та стратегію управління ризиками для успішної реалізації проекту з оптимізації системи комунікацій у готельно-ресторанному комплексі «Сієста».

Висновок аналізу та оцінки системи комунікаційних процесів у готельно-ресторанному підприємстві «Сієста» в сучасних умовах відображає важливі аспекти функціонування цієї системи та можливі шляхи для її поліпшення.

1. В системі внутрішньої комунікації спостерігається певний рівень ефективності, але водночас є проблеми з чіткістю і консолідацією інформації.

Відділи не завжди мають достатній доступ до необхідних даних і ресурсів для спільної роботи. Також відсутня єдина платформа для спільної комунікації та проектного управління.

2. Зауважено потребу в покращенні зовнішньої комунікації з клієнтами та партнерами. Не завжди своєчасно оновлюється інформація на веб-сайті та інших каналах зв'язку. Також відсутня чітка стратегія комунікації щодо нових продуктів та послуг.

3. Існуюча система комунікацій може бути ускладненою та недостатньою з точки зору використання сучасних технологій. Потрібно оновлення технічної інфраструктури та впровадження цифрових інструментів для поліпшення комунікаційних процесів.

4. Зазначено, що персонал підприємства може потребувати додаткових навчань з комунікаційних навичок та використання нових інструментів.

Загалом, висновки аналізу свідчать про потребу у покращенні системи комунікацій у готельно-ресторанному підприємстві «Сієста». Це може включати впровадження нових технологій, розробку чіткої стратегії зовнішньої комунікації, покращення внутрішніх комунікаційних процесів та навчання персоналу. При цьому важливо враховувати фінансові можливості підприємства та максимально знижувати потенційні ризики при впровадженні нових заходів.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИМ ПІДПРИЄМСТВОМ ЧЕРЕЗ ПОЛІПШЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

У цьому розділі розглядається стратегія покращення управління готельно-ресторанним підприємством «Сієста» шляхом оптимізації комунікаційних процесів. Враховуючи аналіз поточного стану системи комунікацій та виявлені проблеми, цей розділ пропонує конкретні шляхи удосконалення, спрямовані на підвищення ефективності внутрішньої та зовнішньої комунікації підприємства.

Кожен запропонований шлях удосконалення буде описаний з деталями щодо необхідних кроків, ресурсів та стратегій, які слід використовувати для досягнення успіху. Особлива увага буде приділена технологічним інноваціям, методам підвищення кваліфікації персоналу та стратегіям зв'язків з громадськістю та клієнтами.

Аналіз ідентифікованих проблем у комунікаційних процесах готельно-ресторанного підприємства «Сієста» допоможе визначити ключові області, які потребують удосконалення. Основні проблеми можуть бути виявлені з розділів, де були розглянуті характеристики діяльності підприємства, система комунікацій та оцінка рівня задоволеності клієнтів.

Основні проблеми можуть включати:

1. Недостатня внутрішня комунікація. Відсутність чіткої системи комунікації між різними відділами та рівнями управління може призводити до непорозумінь, затримок у вирішенні проблем та низької продуктивності.
2. Неефективність зовнішньої комунікації. Недоліки у взаємодії з клієнтами, партнерами та іншими зацікавленими сторонами можуть призвести до втрати репутації та клієнтів.
3. Недостатнє використання технологій. Відсутність або неефективне використання сучасних інформаційних технологій для полегшення комунікації та обміну інформацією може ускладнювати роботу та співпрацю в організації.
4. Низький рівень навичок комунікації персоналу. Відсутність навичок ефективної комунікації серед персоналу може стати перешкодою для якісного обслуговування клієнтів та внутрішньої співпраці.
5. Недостатня обробка та відгук на клієнтський фідбек. Неефективна система обробки та реагування на відгуки клієнтів може призвести до втрати клієнтів та погіршення репутації.

Огляд цих проблем допоможе зрозуміти, де саме потрібно вдосконалювати систему комунікацій для досягнення більшої ефективності та успіху в діяльності готельно-ресторанного підприємства.

Таблиця 3.1. містить розширений перелік шляхів удосконалення управління готельно-ресторанним підприємством «Сієста» шляхом поліпшення комунікаційних процесів. Кожна з пропозицій має на меті вирішити конкретні проблеми, виявлені під час аналізу системи комунікацій у попередніх розділах. Ці шляхи розвитку спрямовані на покращення внутрішньої та зовнішньої комунікації, що сприятиме підвищенню ефективності та конкурентоспроможності підприємства.

Таблиця 3.1

Шляхи удосконалення управління готельно-ресторанним підприємством через поліпшення комунікаційних процесів

Шлях удосконалення	Опис
--------------------	------

Розробка чіткої комунікаційної стратегії	Розробка документованої стратегії комунікації, що визначатиме канали та інструменти спілкування всередині організації.
Впровадження інтегрованих платформ для спільної роботи	Використання спеціалізованих платформ для спільної роботи, що дозволять ефективно обмінюватися даними та співпрацювати між відділами.

Закінчення таблиці 3.1

Проведення регулярних зустрічей та нарад між відділами	Організація регулярних зустрічей та нарад для обговорення планів, проблем і вирішення питань спільного інтересу.
Посилення внутрішньої комунікації від рівня управління	Забезпечення відкритого та прозорого обміну інформацією від вищого рівня управління до нижчих рівнів і навпаки.
Організація навчальних програм з підвищення навичок комунікації	Проведення тренінгів та навчальних програм для співробітників з покращення навичок ефективної комунікації.
Використання електронних засобів комунікації	Впровадження електронних засобів комунікації (електронна пошта, месенджери, спеціалізовані платформи) для швидкого та ефективного обміну інформацією.
Запровадження системи зворотного зв'язку	Створення механізмів зворотного зв'язку, що стимулюють співробітників ділитися ідеями та відгуками щодо поліпшення комунікаційних процесів.

Джерело: [22-27]

Ця таблиця надає конкретні рекомендації щодо удосконалення управління готельно-ресторанним підприємством «Сієста» шляхом поліпшення комунікаційних процесів. Використання цих шляхів сприятиме покращенню

якості спілкування всередині організації та з її клієнтами, що в свою чергу позитивно відобразиться на її результативності та репутації.

Таблиця 3.2. містить розрахунок фінансових витрат, необхідних для реалізації шляхів удосконалення управління готельно-ресторанним підприємством «Сієста» через поліпшення комунікаційних процесів. Кожен із шляхів має свої витрати, які оцінюються на річні витрати у гривнях. Ці витрати включають у себе необхідні витрати на розробку, впровадження та підтримку програм та ініціатив з покращення комунікацій в комплексі.

Таблиця 3.2

Фінансові витрати на удосконалення готельно-ресторанного комплексу «Сієста»

Шлях удосконалення	Річні фінансові витрати (в гривнях)
Розробка чіткої комунікаційної стратегії	150,000
Впровадження інтегрованих платформ для спільної роботи	200,000
Проведення регулярних зустрічей та нарад між відділами	100,000
Посилення внутрішньої комунікації від рівня управління	120,000
Організація навчальних програм з підвищення навичок комунікації	80,000
Використання електронних засобів комунікації	180,000
Запровадження системи зворотного зв'язку	90,000

Джерело: [28-30]

Ця таблиця відображає розраховані річні фінансові витрати на реалізацію різних шляхів удосконалення комунікаційних процесів в готельно-ресторанному комплексі «Сієста». При розрахунку витрат було враховано необхідність розробки, впровадження та підтримки програм і ініціатив з поліпшення комунікацій. Ці інвестиції спрямовані на покращення ефективності

спілкування в компанії, що в свою чергу може позитивно вплинути на результативність та задоволеність клієнтів.

У розділі було розглянуто широкий спектр стратегій та методів для покращення комунікаційних процесів в готельно-ресторанному комплексі «Сієста».

1. Виявлено, що недостатня внутрішня комунікація є серйозною проблемою в підприємстві. Шляхи удосконалення включають розробку чіткої комунікаційної стратегії, впровадження інтегрованих платформ для спільної роботи та проведення регулярних зустрічей та нарад між відділами.

2. Важливо покращити комунікацію з клієнтами та партнерами. Рекомендації включають посилення присутності в онлайн-просторі, використання системи зворотного зв'язку та оновлення інформації на сайті.

3. Було розглянуто очікувані фінансові витрати на впровадження запропонованих стратегій. Ці витрати мають створити значну вартість в удосконаленні комунікаційних процесів у комплексі.

В цілому, вдосконалення комунікаційних процесів в готельно-ресторанному комплексі «Сієста» має потенціал зробити підприємство більш ефективним, конкурентоспроможним та здатним задовольняти потреби клієнтів у високоякісному обслуговуванні.

ВИСНОВКИ

У ході кваліфікаційної роботи на тему «Удосконалення управління готельно-ресторанним підприємством через поліпшення комунікаційних процесів» за матеріалами готельно-ресторанного комплексу «Сієста» було проведено дослідження, спрямоване на вирішення ряду ключових завдань, пов'язаних з комунікаційними процесами у готельно-ресторанному бізнесі. Нижче наведено висновки за кожним із завдань:

1. Сутність, значення та види комунікаційних процесів у готельно-ресторанному підприємстві. Комунікаційні процеси у готельно-ресторанному підприємстві відіграють важливу роль у забезпеченні ефективності функціонування. Вони включають внутрішню та зовнішню комунікацію з персоналом, клієнтами, партнерами та постачальниками.

2. Особливості управління комунікаційними процесами на підприємстві. Управління комунікаційними процесами передбачає розробку ефективних стратегій, використання різноманітних каналів спілкування та створення сприятливого середовища для внутрішньої та зовнішньої взаємодії.

3. Характеристика та особливості діяльності господарювання у готельно-ресторанному комплексі «Сієста». Готельно-ресторанний комплекс "Сієста" відзначається своєю унікальною архітектурою, розміщенням номерів у світлих кольорах та широким спектром послуг для гостей.

4. Аналіз та оцінка системи комунікаційних процесів у сучасних умовах. Проведено аналіз існуючої системи комунікацій у комплексі «Сієста», виявлені недоліки та проблеми, такі як недостатня внутрішня комунікація та неефективна зовнішня взаємодія з клієнтами.

5. Шляхи удосконалення управління готельно-ресторанним підприємством через поліпшення комунікаційних процесів. Розроблено рекомендації щодо поліпшення комунікаційних процесів у комплексі «Сієста», включаючи розвиток чіткої стратегії комунікації, впровадження нових технологій спілкування та організацію навчальних програм для персоналу.

В цілому, удосконалення управління готельно-ресторанним підприємством через поліпшення комунікаційних процесів має великий потенціал забезпечити підприємство більшою ефективністю, підвищити задоволеність клієнтів та сприяти стабільному розвитку бізнесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про затвердження Національної економічної стратегії на період до 2030 року: Постанова Кабінету Міністрів України № 179 від 03.03.2021 р. *ShieldSquare Captcha*. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennya-nacionalnoyi-eko-a179> .
2. Бабчинська О. Комунікаційний процес в управлінні: основні положення. *Ефективна економіка*. 2018. С. 1-6. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2018/51.pdf .
3. Громова О. В., Оробінський О. С. Комунікаційна політика в системі управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. *Приазовський економічний вісник*. 2019. Вип. 6(17). С. 118-121.
4. Інформаційні та організаційні ресурси підприємств готельно-ресторанного бізнесу. *Все про туризм. Туристична бібліотека*. URL: https://tourlib.net/books_ukr/nechauk124.htm .
5. Види і форми комунікацій. *Pidru4niki*. URL: https://pidru4niki.com/16330826/menedzhment/vidi_formi_komunikatsiy .
6. Комунікаційні процеси на підприємствах. *Все про туризм. туристична бібліотека*. URL: https://tourlib.net/books_ukr/nechauk123.htm .
7. Управління комунікаційним процесом на підприємстві: інноваційний підхід та цифрові рішення. *Наукові конференції*. URL: <http://www.spilnota.net.ua/ua/article/id-4351/> .
8. Лакиза В., Басюк Д. Засоби комунікації готелю. С. 1-2. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/40b0a03b-3ed4-45b6-a6c9-769784aa58a7/content> .

9. Критерії та рівні розвитку комунікативної культури. *chcptucourse.pp.ua*. URL: <https://chcptucourse.pp.ua/page18.html> .
10. SIESTA. Підприємства України. Реклама компаній та організацій. URL: <https://www.ua-region.com.ua/2274304423> .
11. Siesta hotel. *siesta-hotel.com.ua*. URL: <https://siesta-hotel.com.ua/> .
12. Готельно-ресторанний комплекс Siesta, Київ, Україна. *hotels24.ua*. URL: <https://hotels24.ua/uk/Kyiv/Hotel-and-restaurant-complex-Siesta-1259.html> .
13. Типи організаційних структур готелів. *Все про туризм. Туристична бібліотека*. URL: https://tourlib.net/books_ukr/roglev02-2.htm .
14. Організаційна структура управління готелем. *Новини туризму*. URL: <https://tourism-book.com/pbooks/book-62/ua/chapter-2393/> .
15. Siesta Київ, Україна. *Booking.com*. URL: <https://www.booking.com/hotel/ua/siesta.uk.html> .
16. Комунікаційні процеси на підприємствах. *Все про туризм. Туристична бібліотека*. URL: https://tourlib.net/books_ukr/nechauk123.htm .
17. Фостолович, В., Павлова, С., & Гуртовий, Ю. (2023). УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЗАКЛАДОМ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ЧЕРЕЗ ПОЛІПШЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ. *Економіка та суспільство*, (56). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-114>.
18. Гунько. Комунікація в системі управління готельним підприємством. *Матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф. "Освітні і культурно-мистецькі практики в контексті інтеграції України у міжнародний науково-інноваційний простір"*. 2020. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/gunko2.htm .
19. Логістика готелів. *Education and Science*. URL: https://www.rusnauka.com/29_DWS_2011/Economics/11_95642.doc.htm .
20. Ефективність інформаційної підтримки управлінської взаємодії підприємств готельного бізнесу. *Все про туризм. Туристична бібліотека*. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/batkovec4.htm .

21. Комунікаційні технології. *Домівка*.
URL: <https://er.ucu.edu.ua/handle/1/1026?locale-attribute=en> .
22. Цифрові комунікації підприємств готельно-ресторанної індустрії. *Apache Tomcat/8.5.60*.
URL: <http://elar.kpnu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/7313/Makhun-S.-GRS1-M21-free.pdf?sequence=1&isAllowed=y> .
23. Комунікаційні канали, види комунікаційних каналів. Курс лекцій з дисципліни «Соціальні комунікації». UPL:
<https://studfile.net/preview/5044645/page:3>.
24. Баєва Л.В. Віртуальна комунікація: класифікація і специфіка. UPL:
<https://www.phisci.info/jour/article/view/612/565>.
25. Покращення процесу обслуговування споживачів шляхом просування послуг підприємства ресторанного бізнесу через інтернет. *researchgate.net*.
URL: https://doi.org/360533451_POKRASENNA_PROCESU_OBSLUGOVUVANNA_SPOZIVACIV_SLAHOM_PROSUVANNA_POSLUG_PIDPRIEMSTVA_RESTORANNOGO_BIZNESU_CEREZ_INTERNET (дата звернення: 14.04.2024).
26. Особливості управління розвитком підприємств ресторанного господарства. *Журнал «Ефективна економіка»*.
URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3710> .
27. Соколова Д., Таранюк К. Удосконалення системи управління персоналом готельно-ресторанного комплексу. *me.fem.sumdu.edu.ua*.
URL: <https://me.fem.sumdu.edu.ua/docs/d231.pdf> .
28. Волковська Я. В. Управлінський облік витрат операційної діяльності підприємств готельно-ресторанного комплексу: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.09 бухгалтерський облік, аналіз та аудит (за видами економічної діяльності); наук. кер. А. А. Пилипенко. Харків, 2018. 22 с.
29. Удосконалення мотиваційного механізму управління персоналом готельно-ресторанного комплексу. *Електронний архів Полтавського*

URL: <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/12782> .

30. Організація управлінського обліку на підприємствах готельно-ресторанного комплексу. *Repository Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics*. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/18280> .

31. Лозовський О., Заяц О. Управління комунікаційним процесом на підприємстві. *Specialized and multidisciplinary scientific researches*. 2020. С. 133–137. URL: <https://ir.vtei.edu.ua/g.php?fname=26726.pdf> .

32. Крисько, Ж.Л., Скишляк, О.А. Важливість неформальних комунікацій в управлінні бізнесом. Інфраструктура ринку. Електронний науково-практичний журнал, (32), 131-136. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/32_2019_ukr/21.pdf.

33. Комунікаційні процеси в підприємстві та шляхи їх удосконалення. *kr-diplom.kiev.ua*. URL: <https://kr-diplom.kiev.ua/kurs/kurs122.htm> .

34. Попова Н. В. Маркетингові комунікації : підручник. Харків: «Факт», 2020. 315 с.

35. Комунікації в публічному управлінні. <http://biblio.umsf.dp.ua/>. URL: <http://biblio.umsf.dp.ua/jspui/bitstream/123456789/3136/1/Комуніації%20в%20публічному%20управлінні.pdf> .

36. Напрями вдосконалення системи управління персоналом на підприємствах. *DSpace at West Ukrainian National University*. URL: http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/44932/1/Козінчук_В.,_МЕНзмі-21_original_15022022_105013.pdf .

37. Кравцов С. Удосконалення адміністративного менеджменту готелю шляхом упровадження міжнародного стандарту якості. *Економіка і суспільство*. № 8. С. 271-277. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/8_ukr/48.pdf .

38. Пропозиції щодо удосконалення культури обслуговування в готелі. *studfile.net*. URL: <https://studfile.net/preview/9280346/page:11/> .

39. Формування маркетингових комунікацій у готельно-ресторанному бізнесі. *Все про туризм. Туристична бібліотека.*
URL: https://tourlib.net/statti_ukr/podzigun.htm .

40. Тренінг «Ефективні зовнішні та внутрішні комунікації». Узагальнення LDN. URL: <https://ldn.org.ua/event/treninh-efektyvni-zovnishni-ta-vnutrishni-komunikatsiji-uzahalnennya/> .