

МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет соціально-гуманітарних технологій та менеджменту

Кафедра соціальної філософії та управління

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА (ПРОЄКТ)

на тему: «Управління комунікаційною діяльністю готельно-ресторанного підприємства на основі впровадження сучасних інформаційних технологій та шляхи її удосконалення»

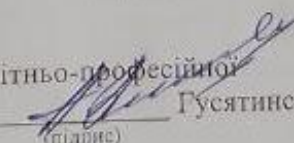
Здобувача вищої освіти першого (бакалаврського) рівня,
IV курсу, групи МБГ-19-1,
спеціальності 073 «Менеджмент»,
освітня програма «Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу»


(підпис)

Голубова Анастасія Сергіївна
(прізвище, ім'я, по батькові)

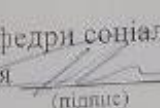
Науковий керівник 
(підпис)

Ховрак Інна Вікторівна, д.е.н., професор
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Керівник освітньо-професійної
програми 
(підпис)

Гусятинський Микола Володимирович, к.т.н., доцент

Допущено до захисту за рішенням кафедри соціальної філософії та управління
протокол від «7» серпня 2023 № 11

Завідувач кафедри соціальної філософії
та управління 
(підпис) Чупрій Леонід Васильович, д.політ.н., професор

Ірпінь – 2023

Регистрація № 11 02.06.2023 [підпис]
(дата) (підпис відповідальної особи)

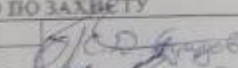
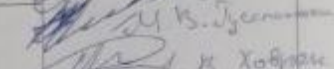
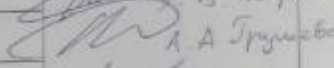
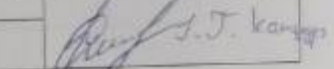
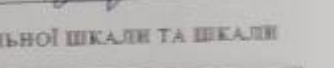
Результати перевірки [підпис] 02.06.2023 [підпис]
(до захисту, на доопрацювання) (дата) (підпис)

Результат захисту 90/51/Виніско 14.06.23 [підпис]
(оцінка) (дата) (підпис)

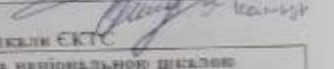
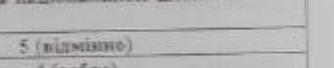
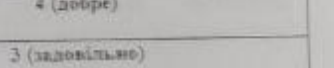
Голова комісії: [підпис] С.Д. Бучев
(підпис) (ініціали, прізвище)

Члени комісії: [підпис] М.В. Тусетинський
(підпис) (ініціали, прізвище)
[підпис] І.В. Ховрак
(підпис) (ініціали, прізвище)
[підпис] А.А. Тумєва
(підпис) (ініціали, прізвище)

БЛАНК ОЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Об'єкти контролю	Діапазон оцінки в балах	Фактична кількість балів	Примітка	Дата, П.І.П.: голова комісії, членів комісії, секретаря, (підпис)
ОЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ КОМІСІЄЮ ПО ЗАХВЕТУ				
1. Доповідь	від 0 до 10	10		    
2. Роздатковий матеріал	від 0 до 5	5		
3. Знання теоретичного та практичного матеріалу, вміння відповідати на запитання	від 0 до 25	25		
5. Апробація (участь у конференціях)	від 0 до 10	5		
РАЗОМ БАЛІВ	від 0 до 50	45		
ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ БАЛІВ	від 0 до 100	90		

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

Оцінка за 100-бальною шкалою	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	Дата	П.І.П.: голова, членів комісії, секретаря, (підпис)
90	A	5	14.06.22	    

Правила переведення оцінок до національної шкали та шкали ЄКТС

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

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

Затверджую

В.о. завідувача кафедри

 Л.В. Чупрій
 « 29 » 11 2022 р.

Завдання на кваліфікаційну роботу (проект)
здобувачу вищої освіти

Голубова Анастасія Сергіївна

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи (проекту)

Управління комунікаційною діяльністю готельно-ресторанного підприємства на основі впровадження сучасних інформаційних технологій та шляхи її удосконалення

Затверджена наказом в.о. ректора від «24» листопада 2022 р. № 1230

2. Строк здачі закінченої роботи 07.06.2023 р.

3. Мета роботи: розробка практичних рекомендацій щодо управління комунікаційною діяльністю готельно-ресторанного підприємства на основі впровадження сучасних інформаційних технологій та шляхи її удосконалення.
 Об'єкт дослідження: управлінська діяльність готельно-ресторанного комплексу «Сіеста».

Предмет дослідження: теоретико-методичні та прикладні аспекти комунікаційного забезпечення менеджменту готельно-ресторанного комплексу «Сіеста».

Орієнтовна база дослідження: наукові статті вітчизняних та зарубіжних вчених у періодичних виданнях, матеріали науково-практичних конференцій; фінансова, статистична та управлінська звітність готельно-ресторанний комплекс «Сіеста»; матеріали анкетування співробітників.

4. Вихідні дані до роботи: наукова та навчально-методична література; матеріали науково-практичних конференцій; результати власних досліджень, інтернет-ресурси.

5. Перелік графічного матеріалу

Рисунки:

1. Організаційна схема функціонування комунікаційних технологій готельно-ресторанного підприємства, Різновиди інформаційних систем у комунікаційних технологіях для бізнесу, Комунікаційні технології в готельно-ресторанного комплексу «Сіеста», Система бізнес комунікацій, що діє в готельно-

ресторанному комплексу «Сієста», Відсоткове співвідношення внутрішніх каналів передачі в готельно-ресторанному комплексі «Сієста», Відсоток співвідношення зовнішніх каналів передачі в готельно-ресторанному комплексі «Сієста», Класифікація бізнес процесів готельно-ресторанного комплексу «Сієста», Відповідь співробітників готельно-ресторанного комплексу «Сієста» на питання «Які ви бачите недоліки в комунікаціях, якими користується готельно-ресторанний комплекс «Сієста»», Інтегральні показники ефективності комунікаційних технологій в управлінні бізнесом готельно-ресторанного комплексу «Сієста» за 2020-2022 рр.

Таблиці:

1. Класифікація комунікацій підприємства, Систематизація функцій комунікаційних технологій у готельно-ресторанному господарстві, Метод оцінки ефективності комунікаційних технологій готельно-ресторанного підприємства, Структура номерного фонду готельно-ресторанного комплексу «Сієста», Аналіз показників фінансово-господарської діяльності готельно-ресторанного комплексу «Сієста» за 2021-2022 роки, Розрахунок інтегрального показника результативності комунікаційних технологій в управлінні бізнесом готельно-ресторанного комплексу «Сієста», Порівняльний аналіз ефективності використання комунікаційних технологій в роботі відділу продаж готельно-ресторанного комплексу «Сієста» в розрізі процесів, Порівняльна характеристика програмних засобів, Бізнес-процеси виписки рахунку клієнта без використання «Бітрікс24» і з урахуванням інтеграцією в готельно-ресторанний комплекс «Сієста», Бізнес-процеси зміни параметрів клієнта заявки без використання без використання «Бітрікс24» і з її інтеграцією в готельно-ресторанний комплекс «Сієста», Процес отримання клієнтом виплат по транзакціях за певний період без використання «Бітрікс24» і з її інтеграцією в готельно-ресторанному комплексі «Сієста», Вартість бізнес-процесів інтеграції з «Бітрікс24»

6. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (проекту) (перелік питань за кожним розділом)

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутність та специфіка управління комунікаційною діяльністю готельно-ресторанного підприємства

1.2. Методичні підходи щодо оцінки впровадження інформаційних технологій у управління комунікаційною діяльністю готельно-ресторанного підприємства

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ «СІЄСТА»

2.1. Аналіз процесу управління комунікаційною діяльністю готельно-ресторанного комплексу «Сієста»

2.2. Оцінка результативності використання інформаційних технологій у діяльності готельно-ресторанного комплексу «Сієста»

ОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ
КОМУНІКАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО
КОМПЛЕКСУ «СІЕСТА»

1. Розробка заходів щодо впровадження сучасних інформаційних технологій в процес управління комунікаційною діяльністю готельно-ресторанного підприємства

2. Обґрунтування ефективності запропонованих заходів для готельно-ресторанного комплексу «Сієста»

Календарний план виконання роботи

№ п/п	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи (проєкту)	Строк виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1	2	3	4
1	Вибір теми, вивчення літературних джерел, постановка проблеми та складання плану роботи	15.10.2022	15.10.2022
2	Підготовка першого розділу роботи та подання його керівнику	31.03.2023	31.03.2023
3	Підготовка другого розділу роботи та подання його керівнику	15.05.2023	15.05.2023
4	Підготовка третього розділу роботи та подання його керівнику	02.06.2023	02.06.2023
5	Доопрацювання роботи з урахуванням зауважень керівника	05.06.2023	05.06.2023
6	Отримання відгуку керівника	07.06.2023	07.06.2023
7	Отримання зовнішньої рецензії	07.06.2023	07.06.2023
8	Попередній захист роботи	06.06.2023	06.06.2023
9	Допуск роботи зав. кафедри до захисту	07.06.2023	07.06.2023
10	Захист роботи	Згідно графіку освітнього процесу	14.06.2023

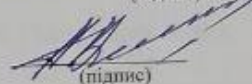
8. Дата видачі завдання «29» 11 2022

9. Науковий керівник кваліфікаційної роботи (проєкту)


(підпис)

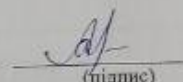
Ховрак І.В.
(прізвище, ініціали)

10. Гарант освітньо-професійної програми


(підпис)

Гусятинський М.В.
(прізвище, ініціали)

11. Завдання до виконання отримав здобувач вищої освіти


(підпис)

Голубова А.С.
(прізвище, ініціали)

АНОТАЦІЯ

Тема: Управління комунікаційною діяльністю готельно-ресторанного підприємства на основі впровадження сучасних інформаційних технологій та шляхи її удосконалення.

Мета роботи полягає у розробці практичних рекомендацій щодо управління комунікаційною діяльністю готельно-ресторанного підприємства на основі впровадження сучасних інформаційних технологій та шляхи її удосконалення.

Об'єктом дослідження виступає управлінська діяльність готельно-ресторанного комплексу «Сієста».

Предметом дослідження виступає теоретико-методичні та прикладні аспекти комунікаційного забезпечення менеджменту готельно-ресторанного комплексу «Сієста».

Методи дослідження. Основою дослідження є загальнонаукові методи: аналіз літератури; вивчення та узагальнення відомостей про діяльність готельно-ресторанного комплексу «Сієста»; синтезу. При написанні емпіричної частини роботи застосовувалися методи: анкетування, порівняння; прогнозування.

База дослідження: Орієнтовна база дослідження: наукові статті вітчизняних та зарубіжних вчених у періодичних виданнях, матеріали науково-практичних конференцій; фінансова, статистична та управлінська звітність готельно-ресторанний комплекс «Сієста»; матеріали анкетування співробітників.

За результатами дослідження сформульовано висновки та було здійснено розробку заходів щодо впровадження сучасних інформаційних технологій в процес управління комунікаційною діяльністю готельно-ресторанного підприємства.

Одержані результати дослідження можуть бути використані у наукових працях та подальшому функціонуванні підприємства.

Кваліфікаційна робота містить 50 сторінок, 12 таблиць, 9 рисунків, 1 додаток. Список використаних джерел налічує 42 найменування.

Ключові слова: комунікація, готель, ресторан, інформаційні технології.

Рік виконання кваліфікаційної роботи: 2023.

Рік захисту роботи: 2023.

ABSTRACT

Topic: Management of communication activities of a hotel and restaurant enterprise on the main implementation of modern information technologies and ways of its improvement.

The purpose of the work is to develop practical recommendations for the management of communication activities of the hotel and restaurant enterprise for the main implementation of modern information technologies and ways of its improvement.

The object of the study is the management department of the hotel and restaurant complex "Siesta".

The subject of the study is the theoretical-methodical and applied aspects of communication support for the management of the Siesta hotel-restaurant complex.

Research methods. The basis of the research is general scientific methods: literature analysis; study and generalization of information about the activities of the hotel and restaurant complex "Siesta"; synthesis. When writing the empirical part of the work, the following methods were used: questionnaires, comparison; prognostication.

Research base: Approximate research base: scientific articles of domestic and foreign scientists in periodicals, materials of scientific and practical conferences; financial, statistical and management reporting of the hotel and restaurant complex "Siesta"; employee survey materials.

Based on the results of the research, conclusions were formulated and measures were developed regarding the implementation of modern information technologies in the process of managing the communication activities of the hotel and restaurant enterprise.

The obtained research results can be used in scientific works and further functioning of the enterprise.

The qualification work contains 50 pages, 12 tables, 9 figures, 1 appendix. The list of used sources includes 42 names.

Keywords: communication, hotel, restaurant, information technologies.

Year of qualification work: 2023.

Year of job protection: 2023.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	11
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ПІДПРИЄМСТВА	Error! Bookmark not defined.
1.1. Сутність та специфіка управління комунікаційною діяльністю готельно-ресторанного підприємства.....	Error! Bookmark not defined.
1.2. Методичні підходи щодо оцінки впровадження інформаційних технологій в управління комунікаційною діяльністю готельно-ресторанного підприємства.	14
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ «СІЄСТА»	23
2.1. Аналіз процесу управління комунікаційною діяльністю готельно-ресторанного комплексу «Сієста»	23
2.2. Оцінка результативності використання інформаційних технологій в діяльності готельно-ресторанного комплексу «Сієста»	31
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ «СІЄСТА»	38
3.1. Розробка заходів щодо впровадження сучасних інформаційних технологій в процес управління комунікаційною діяльністю готельно-ресторанного підприємства.....	38
3.2. Обґрунтування ефективності запропонованих заходів для готельно-ресторанного комплексу «Сієста»	40
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	46
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	49
ДОДАТКИ	54

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Останні кілька десятиліть характеризуються швидким насиченням системами обробки даних практично всіх сторін життя суспільства. Інформація стала стратегічним ресурсом суспільства, що і призвело до неминучого розповсюдження ІКТ (інформаційно-комунікаційних технологій). Сьогодні в умовах ринкової конкуренції кожне підприємство повинне мати здатність швидко економічно адаптуватися до безупинно мінливих ринкових умов, зовнішніх факторів, нових послуг і технологій. На даний момент інформаційно-комунікаційні технології здатні кардинально змінити способи функціонування різних інститутів і держави в цілому. Об'єднання інформаційних і комунікаційних технологій призводить до вдосконалення традиційних галузей економіки, розробки нових галузей, послуг і продуктів, а також задоволення постійно виникаючих потреб суспільства. Такі технології – це інструмент створення нових способів управління бізнесом, які дають якісні результати як на рівні підприємства, так і на рівні ринкової економіки в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у розроблення теоретико-прикладних положень у сфері інформаційно-комунікаційного менеджменту зробило чимало вітчизняних та зарубіжних науковців, серед яких варто виокремити праці О.Андрусак, Н.Бондаренко, Л.Городенка, І.Іванової, О.Кузьміна, О.Мельник, Б.Мізюка, Г.Остапенка, О.Павленка, М.Плотнікова, К.Харіної, О.Череп, Н.Шпака та багатьох інших. Аналіз стану проблем впровадження та управління інформаційно-комунікаційними технологіями в даний час показує явну недостатню опрацьованість окремих аспектів і системи в цілому. Основну увагу необхідно приділяти процесу вибору технології, впровадження, супроводу в системі менеджменту підприємства для того, щоб отримати вимірюваний ефект від їх використання. Саме ця проблема визначила вибір теми дослідження, його спрямованість і зміст.

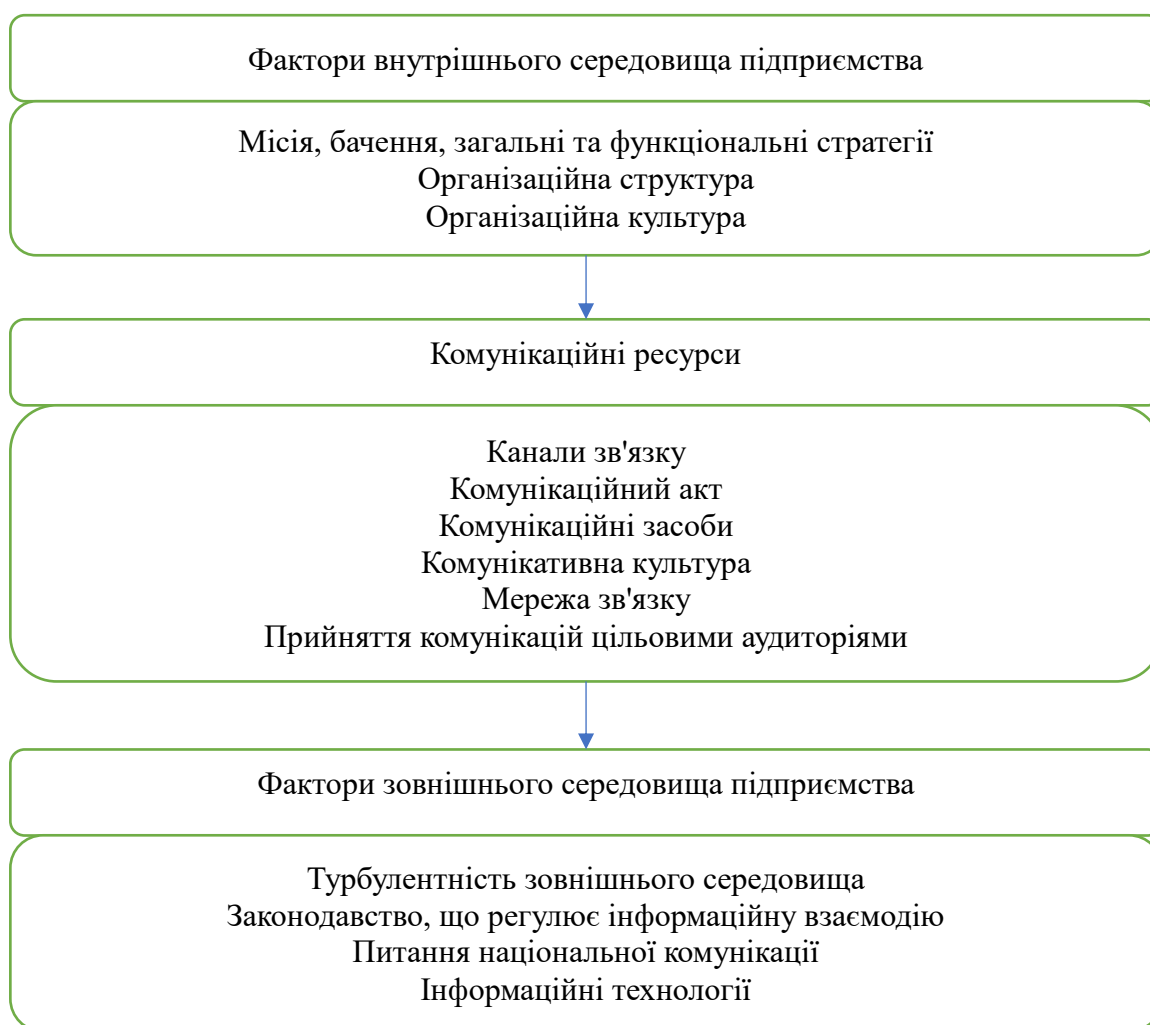


Рис. 1.1 Організаційна схема функціонування комунікаційних технологій готель і ресторан підприємства

Джерело: складено за даними [4, 7, 10]

Матеріальні та нематеріальні комунікаційні ресурси – це те, що цілеспрямовано використовується для ефективних процесів обміну інформацією, тобто сукупність комунікативних актів. Керівництво цілеспрямовано формує відповідні комунікаційні ресурси, вони є предметом його оцінки та вдосконалення. Для їх дослідження в організаційному плані зазвичай використовуються спеціальні методи (аналіз мережевих комунікацій, оцінка (аудит) іміджу тощо), відмінні від спостереження за окремими комунікаційними процесами.

Комунікації між окремими об'єктами готельно-ресторанного бізнесу (комунікаційні акти) реалізуються в сукупності комунікаційних ресурсів, яку

можна визначити як комунікаційну систему, в якій мета базується на цілеспрямованому управлінні та частково на принципах самоорганізації. фігура ключових комунікаційних елементів, визначених на рівні всього підприємства, його функціональних напрямків та організаційних підрозділів.

На додаток до класичних елементів, які включають канали та інструменти комунікації, комунікативні знання та навички, комунікаційні мережі, регулювання комунікації, схема розглядає відносно нові елементи дизайну: культуру спілкування та сильне прийняття комунікацій цільовою аудиторією.

Використання інформаційних систем та електронних документів у практиці господарювання прискорюється під впливом нормативного регулювання електронного документообігу та створення баз даних в державному управлінні, що взаємодіє з підприємствами.

Роль інформаційних систем на підприємствах змінюється від традиційного управління бізнесом і управління документами до управління знаннями.

На рис. 1.2 наведено типи інформаційних систем, використання яких широко поширене в комунікаційних технологіях для бізнесу.

Розвиток інформаційних технологій не тільки сприяє підвищенню ефективності системи зв'язку за рахунок прискорення передачі інформації, можливості залучення студентів, які географічно віддалені, але й визначає ефект від розвитку прямих каналів зв'язку, зменшує спотворення інформації. і втрати.

У практичній частині даного дослідження комунікація підприємств буде досліджуватися тільки з використанням інтерактивних інформаційних технологій.

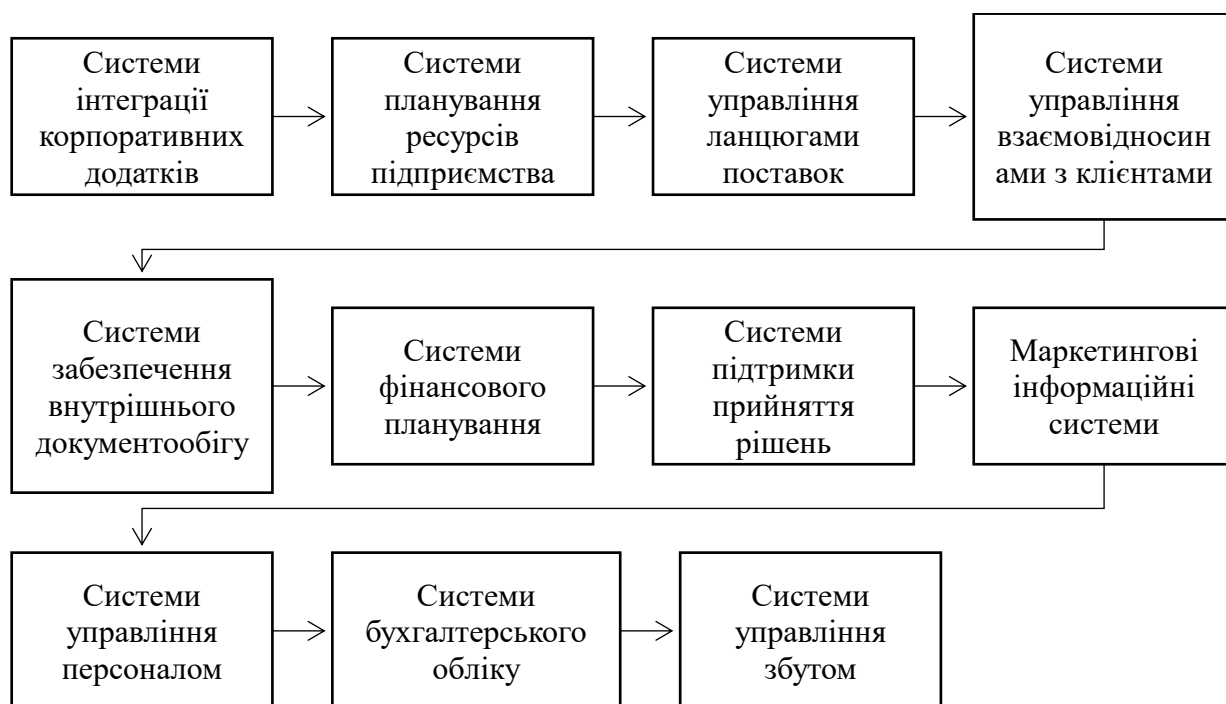


Рис. 1.2 Типи інформаційних систем у комунікаційних технологіях для бізнесу

Джерело: складено за даними [7]

Комунікаційні технології перебудовують процес управління готельним і ресторанним бізнесом, надаючи нові потужні можливості для планування, організації, прийняття управлінських рішень і контролю за їх виконанням.

1.2. Методичні підходи до оцінки впровадження інформаційних технологій в управління комунікаційною діяльністю готельно-ресторанного підприємства

Комунікаційні технології в сучасній економіці є тією інноваційною складовою, яка забезпечує конкурентоспроможність готель і ресторанного підприємства. Підприємство впроваджує комунікаційні технології не для отримання швидкої економічної вигоди. Основною мотивацією є забезпечення необхідних організаційно-управлінських умов для ефективного функціонування та подальшого розвитку. Питання полягає в тому, чи перейде

підприємство в нову якість у зв'язку з впровадженням комунікаційних технологій чи ні, чи отримає воно стратегічну перевагу в порівнянні з конкурентами. Якщо так, то впровадження комунікаційних технологій є ефективним.

Ефективність комунікаційних технологій - це здатність досягати бажаної мети в заданих умовах їх використання і з певною якістю. Комунікаційні технології в бізнесі слід оцінювати комплексно і комплексно: у всіх сферах діяльності, поетапно за різними показниками. Водночас не можна обмежуватися лише економічними показниками, хоча їм належить провідна роль.

Усі існуючі методи оцінки економічної ефективності комунікаційних технологій можна розділити на три групи (табл. 1.3):

1) Традиційні фінансові методи (Return on Investment, Economic Value Added, Total Cost of Ownership, Total Economic Impact, Rapid Economic Justification) використовують традиційні фінансові розрахунки з урахуванням специфіки комунікаційних технологій, необхідності та необхідності оцінки ризиків.

2) Якісні (евристичні) методи (Balanced Scorecard, Information Economics, Portfolio Management, IT Scorecard) доповнюють декілька розрахунків суб'єктивними та якісними оцінками, які дозволяють визначити цінність персоналу або процесів.

3) Імовірнісні методи (оцінка реальних опцій, прикладна інформаційна економіка) базуються на використанні статистичних і математичних моделей і дозволяють оцінити ймовірність настання ризику.

Традиційні фінансові методи засновані на використанні традиційних фінансових критеріїв (чиста приведена вартість, внутрішня норма прибутку тощо).

Так, метод економічної доданої вартості (EVA), розроблений компанією Stem Stewart, заснований на визначенні чистого операційного прибутку, з якого віднімаються всі матеріальні витрати на комунікаційні технології, а не тільки

витрати на підтримку того чи іншого. технології, а й кількість первинних інвестицій. Усі понесені витрати розглядаються як інвестиції, що сприяють отриманню додаткової вигоди від використання комунікаційних технологій.

Таблиця 1.3

Методи оцінки ефективності комунікаційних технологій готельно-ресторанне підприємство

методи	Моделі	Позитивні сторони	Негативні сторони
Традиційні фінансові методи	Рентабельність інвестицій, економічна додана вартість, загальна вартість володіння, загальний економічний вплив, швидке економічне обґрунтування	1) Методи базуються на класичному фінансовому аналізі та оперують поняттями прибутковості, чистої поточної вартості, внутрішньої норми прибутку; 2) Ефект від інвестування комунікаційних технологій оцінюється у вигляді грошового еквівалента	Методи базуються на звіті про доходи та витрати, тому важливо оцінити як вихідний грошовий потік (витрати), так і вхідний (прибуток). Вони дозволяють оцінити видаткову частину, а величину вхідного грошового потоку визначити практично неможливо.
Які методи	Balanced Scorecard, Information Economics, Portfolio Management, IT Scorecard	Можливість оцінки ймовірності виникнення ризику та появи нових можливостей за допомогою статистичних і математичних моделей.	Неможливість в сучасних економічних умовах точно спрогнозувати зміни техніко-економічних показників діяльності підприємства
Імовірнісні методи	Оцінка реальних опціонів, прикладна інформаційна економіка	1) Можливість зв'язку оцінки ефективності комунікаційних технологій з корпоративною стратегією підприємства; 2) Вибір факторів, що характеризують ефективність комунікаційних технологій, залишається за фахівцями, що дозволяє врахувати специфіку підприємства.	1) При самостійній розробці систем показників ефективності реальний вплив має суб'єктивна думка спеціалістів; 2) Відсутність фундаментальних принципів визначення пріоритетності ключових показників

Джерело: складено за даними [2, 3, 8]

Однією з переваг цієї методики є те, що вона дозволяє оцінити ефективність за одним фінансовим показником. Проте такий узагальнений підхід часто не дозволяє обґрунтувати конкретні управлінські рішення, прийняті під час реалізації проектів КТ. Тому методології EVA часто використовуються лише як один із показників ефективності, який визначається разом з іншими методами оцінки.

Загальна вартість володіння (ТСО) — це комплексний підхід, який включає оцінку вартості придбання, встановлення, адміністрування, обслуговування, модернізації, вимушених простоїв та інших неявних витрат на комунікаційні технології. Сьогодні такий підхід набув досить широкого поширення.

Загальна вартість володіння комунікаційними технологіями є одним із найважливіших критеріїв для розгляду майбутніх проектів, оскільки визначає їх економічну доцільність. Основною метою розрахунку цього показника, окрім виявлення надлишкових статей витрат, є оцінка можливості повернення коштів, вкладених у комунікаційні технології.

При цьому ключовим моментом є порівняння ТСО вашого підприємства з ТСО інших підприємств подібного профілю. Часто буває досить важко оцінити прямий економічний ефект від комунікаційних технологій. Порівнюючи показники ТСО, можна довести, що економічні показники проекту не гірші за середні по галузі, а то й кращі.

Навіть якщо визначається прямий економічний ефект від впровадження комунікаційних технологій, його завжди потрібно порівнювати з вартісною частиною, тобто з ТСО. Необхідно не тільки розрахувати ТСО при розгляді нового проекту, а й постійно контролювати його в майбутньому.

Методологія ТСО дуже добре адаптована для оцінки та аналізу структури витрат процесів володіння та використання комунікаційних технологій, дозволяє аналізувати ефективність виконання як окремих функцій, так і певного набору функцій.

Таким чином, дана методологія є оптимальною, перш за все, для поточного та майбутнього контролю за витратами на комунікаційні технології. При цьому ТШО не враховує зв'язок між капіталовкладеннями в комунікаційні технології та стратегічними бізнес-цілями підприємства.

Загальний економічний вплив (TEI). Ця методологія передбачає використання трьох основних параметрів при оцінці витрат на інформаційно-комунікаційні технології – вартість, очікувані чи потенційні вигоди та гнучкість. Для кожного показника визначається його ступінь ризику.

При цьому оцінка вартості зазвичай здійснюється за методом ТСО, а гнучкість розраховується на основі новітніх методологій оцінки ф'ючерсів і опціонів, таких як модель Блека-Шоулза, метод оцінки справедливої ціни опціонів. (Real Options Valuation) тощо. Оцінка ризиків при використанні комунікаційних технологій здійснюється шляхом аналізу точності параметрів ініціаторів, продуктів, інфраструктури, фізичних і множинних властивостей комунікаційних технологій.

Методологію TEI найвигідніше використовувати при порівнянні кількох альтернативних варіантів проектів КТ (купівля готового продукту або розробка всім ІТ-відділом тощо), оскільки вона дозволяє більш чітко виділити неявні переваги (недоліки).) кожного проекту.

Швидке економічне обґрунтування (REJ). При розробці моделі ТСО корпорація Microsoft розробила методологію Rapid Economic Justification, яка враховує головний недолік Total Cost of Ownership – відсутність оцінки відповідності між вартістю комунікаційних технологій і бізнес-цілями підприємства. Процес економічного обґрунтування включає п'ять етапів:

- розробка бізнес-плану, який визначає основні фактори успіху та ключові параметри ефективності;
- спільний аналіз усіма зацікавленими сторонами впливу комунікаційних технологій на фактори успіху;
- оцінка критеріїв цінності/ефективності;
- визначення потенційних ризиків;

– розрахунок стандартних фінансових параметрів.

Переваги методу REJ найбільш яскраво проявляються при оцінці ефективності окремих комунікаційних технологій, а не їх сукупності.

Очевидною перевагою перерахованих фінансових методів оцінки ефективності комунікаційних технологій є те, що вони базуються на класичному фінансовому аналізі та оперують загальновідомими фінансовими поняттями (рентабельність, чиста приведена вартість тощо). Це дає змогу отримати чіткий і зрозумілий результат – ефект від інвестування в комунікаційні технології оцінюється у вигляді грошового еквівалента.

Водночас це їх головний недолік. Оскільки будь-який фінансовий аналіз базується на принципі звітності про доходи та витрати, дуже важливо точно оцінити як вихідний грошовий потік (витрати), так і вхідний грошовий потік (прибуток). Проте перераховані вище методи фінансової оцінки дозволяють з високою точністю визначити лише вартісну складову фінансування комунікаційних технологій. При спробі визначити суму вхідного грошового потоку часто виникають проблеми. Тому для оцінки ефективності комунікаційних технологій актуальним є використання евристичних методів.

Евристичні методи визначення ефективності передбачають використання суб'єктивних і якісних оцінок, що дозволяють визначити цінність змін, що відбуваються в результаті впровадження комунікаційних технологій.

Таким чином, методологія Balanced Scorecard (BSC) поряд з традиційними фінансовими показниками враховує операційні параметри, які дозволяють оцінити нематеріальні ефекти впровадження технологій: рівень корпоративних інновацій, ступінь задоволеності персоналу тощо.

У методі Balanced Scorecard всі параметри розглядаються з чотирьох сторін - фінансове задоволення потреб клієнтів, внутрішні бізнес-процеси та інтеграція, розвиток персоналу. Таким чином, система BSC переводить загальну стратегію підприємства в систему взаємопов'язаних показників.

Методика «Інформаційна економіка» (Information Economics, IE) створена для класифікації КТ - проектів та їх рейтингу з точки зору важливості для бізнесу того чи іншого підприємства.

Рейтинг проектів КТ створюється за допомогою 10 факторів, які кожна компанія встановлює для себе. При цьому в ході подальшого розвитку підприємства фактори коригуються з урахуванням нових пріоритетів. Цей спосіб зручний для швидкого визначення пріоритетних напрямків у процесі впровадження комунікаційного промислового підприємства. Проте ризики суб'єктивних оцінок залишаються, оскільки немає базового правила розстановки пріоритетів.

Управління портфелем активів (Portfolio Management) орієнтує підприємство на управління комунікаційними технологіями так само, як управляють будь-яким іншим портфелем інвестицій, враховуючи обсяг, терміновість, прибутковість і ризики кожної інвестиції.

Очевидною перевагою якісних методів, описаних вище, є реалізована в них можливість пов'язувати оцінку ефективності проектів КТ зі стратегією компанії, а також можливість враховувати при оцінці неявні фактори шляхом доповнення кількісних розрахунків якісними оцінками.

При цьому вибір найважливіших факторів, що характеризують ефективність комунікаційних технологій та їх взаємозв'язок, залишається за фахівцями підприємства, що робить цю групу методів досить гнучкою та дозволяє враховувати специфіку діяльності конкретних підприємств.

Крім того, евристичні методи дають змогу абстрагувати від фінансового портфеля очікувані ефекти від впровадження комунікаційних технологій, що особливо корисно на початковому етапі інформатизації бізнесу, коли від нових технологій очікується не фінансова вигода, а певний ефект. значною мірою підтримують стратегічні плани підприємства.

Прикладна інформаційна економіка (AIE) є найпоширенішим з імовірнісних методів. Цей метод, розроблений Дугласом Хаббардом, керівником

компанії Hubbard Ross, полягає в оцінці вигоди, отриманої в результаті реалізації проектів, не у фінансовому, а в кількісному вираженні.

Встановлено конкретні натуральні одиниці вимірювання для оцінки нематеріальних ефектів від використання комунікаційних технологій, таких як ступінь задоволеності користувачів, зв'язок зі стратегічними цілями тощо. Цінність комунікаційних технологій визначається статичними методами, які дозволяють формалізувати ефекти від їх впровадження. , оцінка ризику та повернення інвестицій. Однак цей метод характеризується досить великим обсягом обчислень і розрахунків.

Перевага імовірнісних методів полягає в їх можливості оцінки ймовірності виникнення ризику та появи нових можливостей за допомогою математичних і статистичних моделей.

Однак при їх використанні неминуче виникають проблеми, пов'язані з виділенням та оцінкою тієї частини впливу на параметри ефективності (конкурентоспроможність, якість продукції тощо), яку надають безпосередньо комунікаційні технології. При цьому втрачає значення окремий розрахунок ефективності таких проектів, які, як правило, реалізуються разом з іншими перетвореннями (організаційними, виробничими, інноваційними).

Повноцінному використанню імовірнісних методів, як і фінансових методів, перешкоджає неможливість у сучасних економічних умовах вирішення завдань точного прогнозування зовнішнього середовища, що визначає техніко-економічні параметри роботи підприємства в довгостроковій перспективі. .

Таким чином, усі найпоширеніші на сьогоднішній день методи оцінки ефективності комунікаційних технологій не позбавлені недоліків і не повною мірою вирішують головне завдання такої оцінки – наскільки підприємство здійснило кроки на шляху до інформатизації та автоматизації. готель і ресторанбізнес наблизив його до заповітної стратегічної мети.

Впровадження комунікаційних технологій неминуче призводить до радикальних змін у структурно-функціональних і кадрових характеристиках

господарських об'єктів усіх рівнів шляхом вдосконалення управління, його інноваційної трансформації.

Тому оцінки ефективності таких перетворень мають ґрунтуватися на підходах, які б дозволяли враховувати, насамперед, їх якісні наслідки, а не лише кількісні фінансові результати.

Для підприємств, діяльність яких у сфері комунікаційних технологій не відноситься до одного з видів готель і ресторанбізнес, використання тільки одного з методів оцінки є некоректним, оскільки комунікаційні технології є не виробничими чи маркетинговими, а допоміжними; його метою є не отримання матеріальних доходів, а підтримка основного бізнесу готель і ресторанпідприємства.

Невирішеність проблеми якісної оцінки змушує багатьох розробників шукати штучні кількісні показники, які виражають той чи інший ефект в умовній шкалі, або шляхом комбінування класичних фінансових показників підприємства та виявлення впливу на них якісних змін.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ «СІЕСТА»

2.1. Аналіз процесу управління комунікаційною діяльністю готельно-ресторанного комплексу «Сієста».

Дослідження процесу управління комунікаційною діяльністю підприємства проведено на прикладі готельно-ресторанного комплексу «Сієста» (ФОП Буряк В.В., м. Київ). Готель розташований на Кільцевій дорозі, поблизу аеропорту Жуляни, а також Житомирського, Одеського та Варшавського шосе.

Основним видом діяльності готельно-ресторанного комплексу "Сієста" є: 79.12 - діяльність туристичних операторів.

Додатковими видами діяльності готельно-ресторанного комплексу «Сієста» є:

- 79.11 Діяльність туристичних агентств;
- 79.90 Надання інших послуг з бронювання та пов'язана з ними діяльність;
- 82.30 Організація конгресів і виставок.

Структура номерного фонду готельно-ресторанного комплексу «Сієста» наведена в таблиці. 2.1.

З даних табл. 2.1 видно, що готельно-ресторанний комплекс «Сієста» має 30 номерів.

Таблиця 2.1

Структура номерного фонду готельно-ресторанного комплексу «Сієста»

Номерний фонд	Кількість кімнат	Кількість місць	Площа кімнати, м2
Люкс	10	2	30
Подвійний стандарт	8	2	20
Double Twin	8	2	20
Єдина економіка	4	1	20
Загалом	30	-	-

Джерело: складено за даними [16]

На основі «Звіту про фінансові результати» підприємства проаналізуємо його фінансово-господарську діяльність у динаміці за такою формою (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Аналіз показників фінансово-господарської діяльності готельно-ресторанного комплексу «Сієста» на 2021-2022 роки

Характеристика	Один. вимірювання	років		Відхилення	
		2021 рік	2022 рік	абсолютний, +/-	відносно, %
Обсяг реалізації продукції у вартісному виразі в діючих цінах	тис. грн	305358,12	415624,68	110266,56	136.11
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	тис. грн	305335,59	415621,57	110285,99	136.12
Вартість проданих товарів	тис. грн	243218,80	273815,73	30596,93	112,58
Адміністративні витрати	тис. грн	14676,92	20034,46	5357,54	136,50
Витрати на продаж	тис. грн	83169,19	97815,30	14646,12	117,61
Повні витрати на виробництво і реалізацію продукції	тис. грн	341064,9	391665,48	50600,58	114,84
Прибуток (збиток) від реалізації продукції	тис. грн	-35729,32	23956,09	59685,41	-67.05
Прибуток (збиток) від операційної діяльності	тис. грн	0	4791,22	4791,22	-
Чистий прибуток (збиток)	тис. грн	-35729,32	19164,87	54894,19	-53,64
Витрати на 1 грн. чистий дохід від реалізації	поліцейський	0,8	0,66	-0,14	82,71
Рентабельність діяльності (продажів)	%	-11.7	5.76	-	-
Рентабельність продукції	%	-14,69	7	-	-

Джерело: складено за даними [16]

З даних табл. 2.2 видно, що у 2021г готельно-ресторанний комплекс "Сієста" мав чисті збитки в сумі 35729,32 тис. грн. У 2022 році ситуація покращилася, і чистий прибуток склав 19 164,87 тис. грн. Рентабельність діяльності готельно-ресторанний комплекс "Сієста" становила 5,76 %, рентабельність продукції 7,00 %.

Готельно-ресторанний комплекс «Сієста» надає такі додаткові послуги:

- проживання з тваринами;

- коворкінг;
- фінська сауна;
- конференц-сервіс.

Комунікаційні технології вготельно-ресторанний комплекс "Сієста" використовуються з різними контрагентами (рис. 2.1).



Рис. 2.1 Комунікаційні технології вготельно-ресторанний комплекс "Сієста"

Джерело: складено за даними готельно-ресторанний комплекс "Сієста"

Отже, в основному в бізнесі готельно-ресторанний комплекс "Сієста" комунікаційні технології використовуються при контакті з клієнтами, персоналом готельно-ресторанного комплексу, споживачами, конкурентами та іншими контактними аудиторіями.

Сучасне ділове спілкування - це не тільки особистий обмін інформацією. Кожен співробітник комплексу «Сієста» протягом робочого дня використовує різні канали зв'язку: електронну пошту, мобільний і стаціонарний телефон, інтернет-чат і т.д. Жодна компанія не може обійтися без використання ефективних методів спілкування між співробітниками. Ділове спілкування допомагає налагоджувати і розвивати партнерські відносини і відносини співпраці між колегами і клієнтами, підлеглими і керівниками, необхідне на всіх етапах розвитку комплексу Siesta.

На рис. 2.2 наочно показана система бізнес-комунікацій, що працює в готельно-ресторанному комплексі «Сієста».

Комунікаційний процес у комплексі «Сієста» починається зі створення керівником повідомлення своїм підлеглим (наказ, резолюція, рішення). Відправник вирішує, яким буде повідомлення та як воно буде доставлено одержувачам.

На початковому етапі керівник комплексу «Сієста» повинен сформулювати ідею, яка ляже в основу послання. Для того, щоб обмін інформацією був неефективним, необхідно враховувати незліченну кількість факторів, що характеризують середовище в цілому, приймаючи сторону і можливі наслідки процесу спілкування. Якщо керівник хоче довести інформацію про результати роботи свого підлеглого, він повинен розуміти, що мова йде про сильні і слабкі сторони характеру співробітника. При цьому він не говорить тільки добре чи тільки погано, а дотримується дипломатичної лінії.

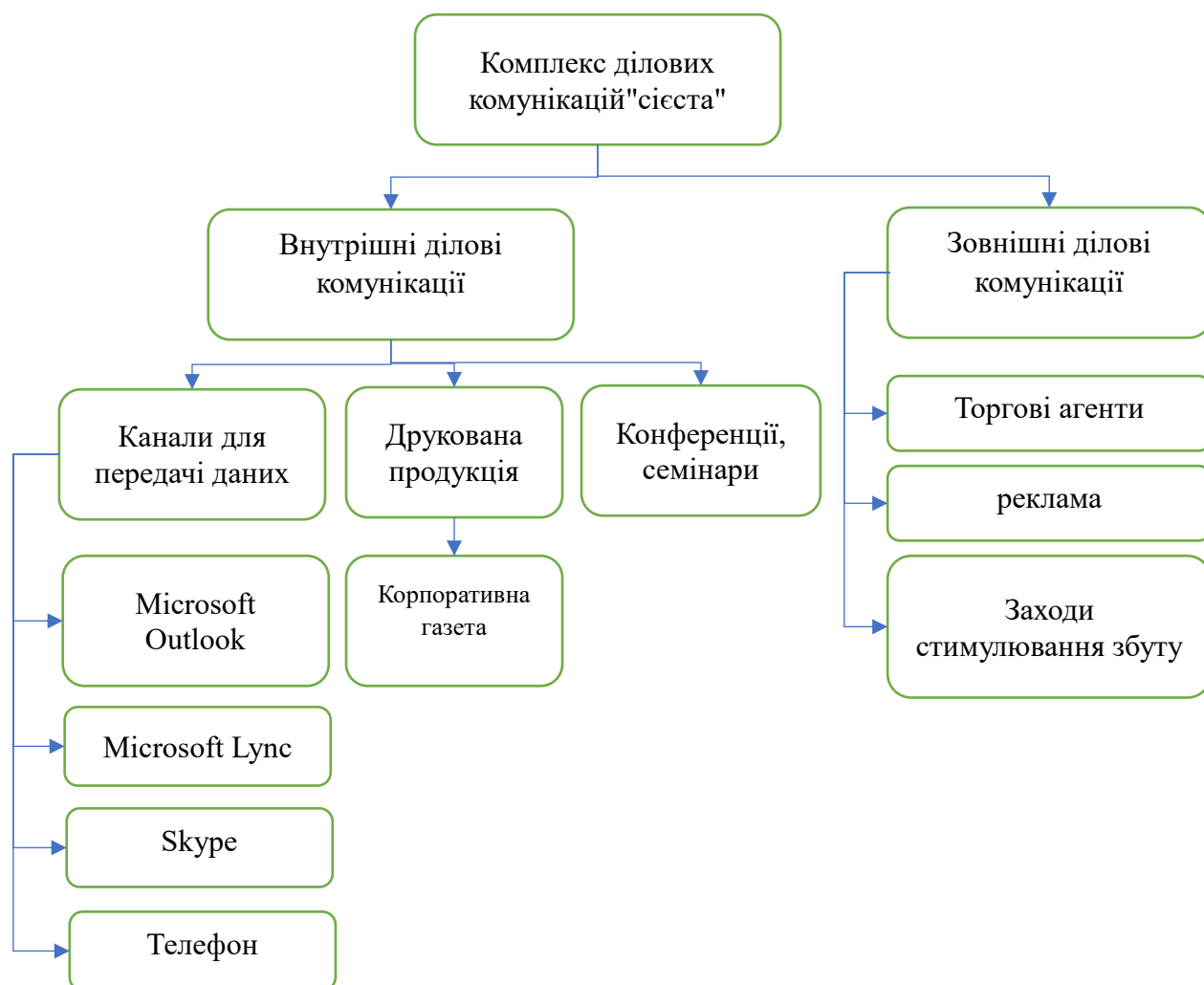


Рис. 2.2 Система бізнес-комунікацій, що працює вготельно-ресторанний комплекс "Сієста"

Джерело: складено за даними готельно-ресторанний комплекс "Сієста"

На наступному етапі голові «Сієсти» необхідно трансформувати ідею повідомлення, тобто виразити її за допомогою різних символів - слів, інтонації, жестів. Характерними каналами є передача мови, письмових матеріалів та електронних засобів зв'язку.

Інформацію, що передається цими каналами, розрізняють:

1) За допомогою Microsoft Outlook розповсюдження різноманітних розпоряджень комплексу «Сієста», визначення цілей і завдань та шляхів їх досягнення або інша службова інформація.

2) За допомогою Microsoft Lync співробітники «Сієсти» спілкуються між собою

разом, надсилати й отримувати миттєві повідомлення.

3) За допомогою програми Skype в «Сієсті» часто проводяться співбесіди та узгодження кандидата на вакантну посаду з вищестоящим начальником або з відділом кадрів, короткі зустрічі тощо.

4) Використовуючи телефон, співробітники взаємодіють один з одним для обміну інформацією з метою швидкого обміну інформацією.

5) Корпоративна газетоготельно-ресторанний комплекс "Сієста"«Сієста» — підконтрольний компанії інформаційний ресурс, який відображає офіційну позицію компанії та призначення її співробітників. Головною метою створення корпоративної газети була необхідність згуртування співробітників, а також підвищення іміджу компанії для зовнішньої цільової аудиторії.

6) Основними комунікативними намірами конференцій і семінарів, які проводить «Сієста», є необхідність публічної передачі певної інформації.

Отже, вготельно-ресторанний комплексУ Siesta найпоширенішими каналами передачі даних є електронна пошта Microsoft Outlook, програма обміну миттєвими повідомленнями Microsoft Lync і програма для відеоконференцій Skype.

Для проведення аналізу ділових комунікацій у Siesta ми провели міні-опитування співробітників компанії, за результатами якого було зроблено висновок про підсумкове співвідношення ділових комунікацій в компанії (рис. 2.3). Анкета для опитування наведена в додатку А.

Перші місця, за результатами опитування, посіли такі види спілкування, як Microsoft Outlook (30%) і телефон (30%). Друге місце зайняв Microsoft Lync (15%). Третє місце поділили такі комунікації, як конференції та друкована продукція. На останньому місці програма Skype (5%).

З результатів опитування стало зрозуміло, що необхідно покращити комунікації, які відбуваються на підприємстві, тому що навіть за наявності одного або кількох ланок на підприємстві може виникнути збій у передачі

важливої інформації, яка може призвести до незворотних наслідків, наприклад, невиконання дорученого завдання, що в свою чергу може призвести до більш тяжких наслідків.

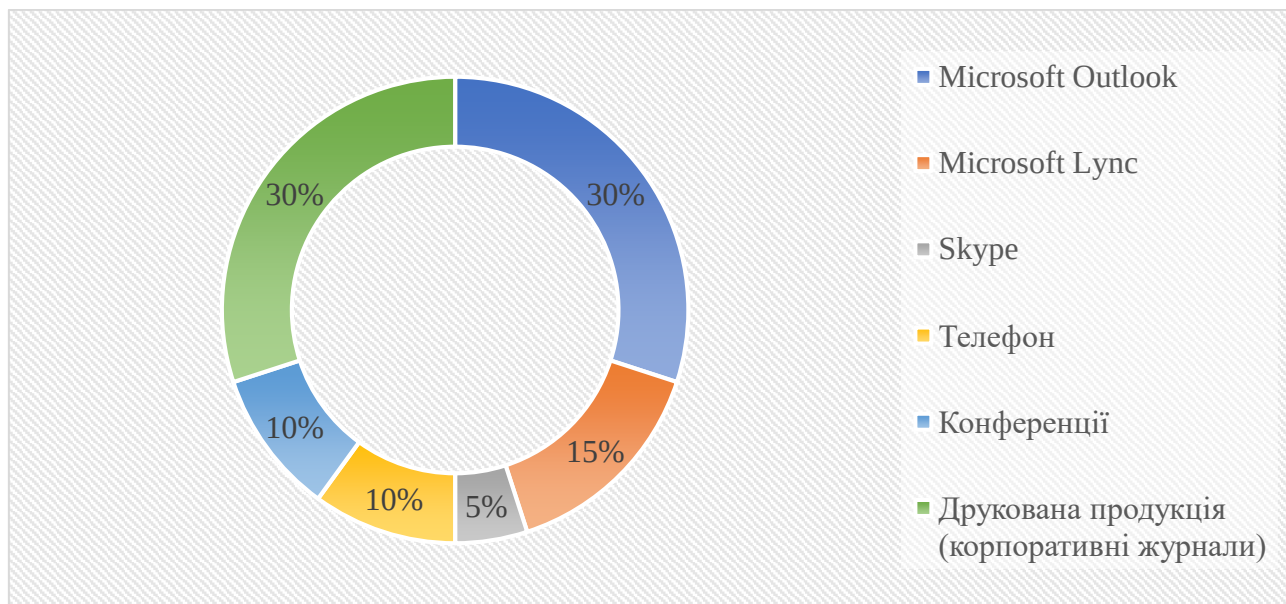


Рис. 2.3 Результуюче співвідношення внутрішніх каналів передачі вготельно-ресторанний комплекс "Сієста"

Джерело: складено автором за результатами опитування

У компанії Siesta переважають офіційні комунікації (прямі розмови, письмові замовлення). Щоб зрозуміти, що інформація надійшла від відправника до одержувача (одержувачів), компанія Siesta використовує як мінімум два канали зв'язку. Наприклад, повідомлення, надіслане по телефону, підтверджується листом у відповідь на електронний лист. Це необхідно для посилення контролю за ходом роботи та успішного виконання поставленого завдання. Часто канал передачі повідомлення залежить від інформації, яка в ньому міститься.

Інформація в організації основна і актуальна. Актуальна інформація включає документовану – зафіксовану в документах, і незадокументовану – телефонні розмови, відеодзвінки та позачергові зустрічі.

Також основним інструментом внутрішніх комунікацій «Сієста» є спеціалізовані ЗМІ, журнали.

Крім розповсюдження друкованої продукції, менеджментготельно-ресторанний комплекс "Сієста" організовує різноманітні зустрічі, семінари та групові поїздки, спрямовані на знайомство працівників один з одним та об'єднання представників різних відділів та професійних груп.

Головний пріоритет для готельно-ресторанний комплекс "Сієста" є клієнт, виходячи з цього будується політика компанії виходячи з платоспроможності потенційного клієнта і попиту на товари, які надає компанія.

Далі розглянемо докладніше, як відбувається взаємодія готельно-ресторанний комплекс "Сієста" із зовнішніми сегментами.

Оскільки основним напрямком діяльності компанії є надання готельних послуг, основними партнерами компанії та корпоративними клієнтами є фізичні особи та різні компанії. Ділові комунікації в основному пов'язані з продажем послуг комплексу "Сієста".

На рис. 2.4 наочно продемонстровано зовнішні ділові комунікації комплексу «Сієста» у вихідному співвідношенні.

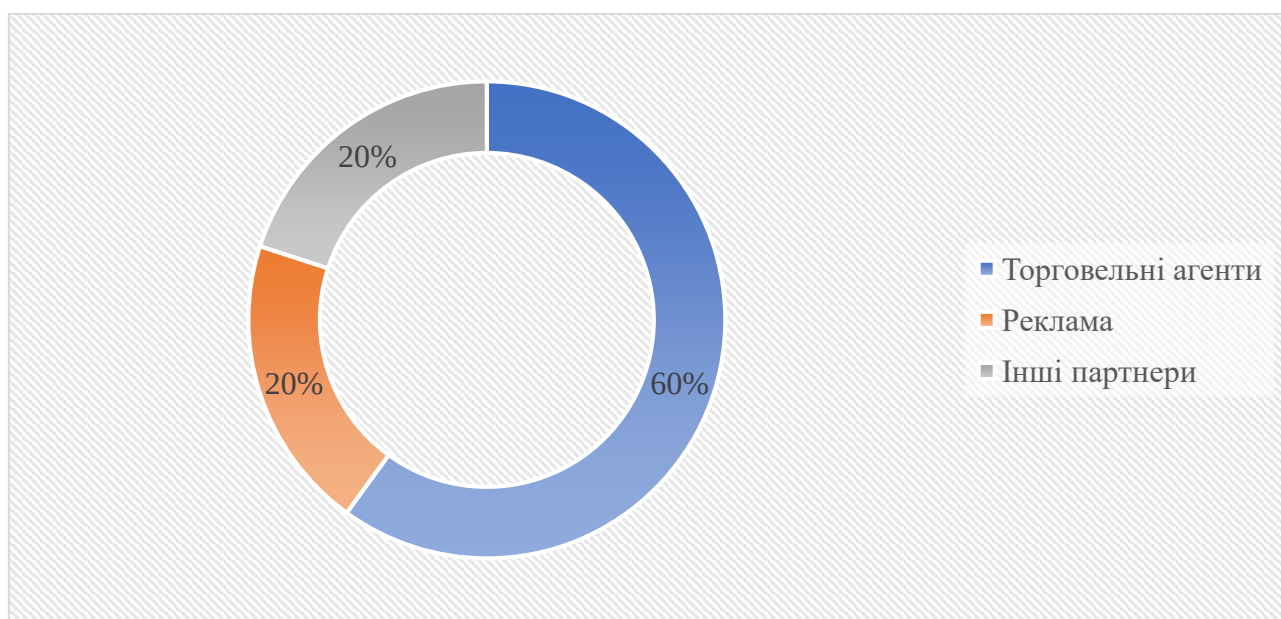


Рис. 2.4. Результуюче співвідношення зовнішніх каналів передачі в готельно-ресторанний комплекс "Сієста"

Джерело: складено автором за результатами опитування

Таким чином, спілкування є важливою складовою успішного бізнесготельно-ресторанний комплекс "Сієста". Без спілкування організація не може повноцінно функціонувати. Зовнішній зв'язок на "Сієсті" ефективно налагоджений. Це підтверджується добре налагодженими контактами з сегментами середовища. Проте є проблема прямого контакту між співробітникамиготельно-ресторанний комплекс "Сієста"з клієнтами, а саме в погано налагодженому зв'язку із замовленням послуг клієнтами, з проханням про подальше виконання замовлень.

2.2. Оцінка ефективності використання інформаційних технологій у роботі готельно-ресторанного комплексу «Сієста»

Всі бізнес-процеси вготельно-ресторанний комплекс "Сієста"прийнято ділити на чотири види: основні (створюють цінність для клієнтів компанії), допоміжні (забезпечують ресурсами і матеріалами інші процеси), процеси управління (прийняття управлінських рішень) і процеси розвитку (розвиток всього підприємства або окремих підприємств).

Для класифікації бізнес-процесівготельно-ресторанний комплекс "Сієста", ми представляємо їх у вигляді дерева бізнес-процесів - систематизованого відображення організаційної моделі в рамках управління процесами - представленого на рисунку 2.5.

Таким чином, вготельно-ресторанний комплекс«Сієста» включає всі чотири види бізнес-процесів. Варто зазначити, що ця структура є простою моделлю процесів організації, хоча насправді модель підприємства має більш складну структуру та не завжди однозначні зв'язки.



Рис. 2.5 Класифікація бізнес-процесів готельно-ресторанний комплекс "Сієста"

Джерело: складено за даними готельно-ресторанний комплекс "Сієста"

Метою оцінки ефективності існуючої комунікаційної системи компанії є проведення функціонально-вартісного аналізу використовуваної комунікаційної моделі. Розрахуємо інтегральний показник ефективності комунікаційних технологій в управлінні бізнесом готельно-ресторанний комплекс "Сієста" (Таблиця 2.3).

З даних табл. 2.3 видно, що всі інтегральні показники ефективності комунікаційних технологій в управлінні бізнесом готельно-ресторанний комплекс "Сієста" у 2022 році мають тенденцію до зростання, за винятком фінансового інтегрального показника.

Таблиця 2.3

Розрахунок інтегрального показника ефективності комунікаційних технологій в управлінні бізнесомготельно-ресторанний комплекс "Сієста"

Перспективи BSC	Ваговий коефіцієнт	Індикатор	Значення			Зважене значення		
			2020 рік	2021 рік	2022 рік	2020 рік	2021 рік	2022 рік
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Фінансовий	0,3	EVA - економічна додана вартість	12,21	14.06	13,12	3663	4,218	3,936
	0,3	Рентабельність інвестицій в ІКТ	11.57	12.44	10.87	3,471	3,732	3,261
	0,4	Рентабельність продажів	9.44	9,87	11.05	3,776	3,948	4.42
Інтегральний індекс						10.91	11 898	11 617
Клієнт	0,3	Серед основних конкурентів – Чатка	8.6	8,9	9.1	2.58	2.67	2.73
	0,2	Співвідношення витрат на ІКТ до вартості	5,88	4.79	6.04	1,176	0,958	1,208
	0,3	Час обробки інформації	8.5	7,8	7.4	2.55	2.34	2.22
	0,2	Приріт клієнтської бази	2.5	1,2	3,4	0,5	0,24	0,68
Інтегральний індекс						6,806	6,208	6,838
Внутрішні бізнес-процеси	0,5	Рентабельність продукції	12.77	11.98	13,27	6,385	5,99	6,635
	0,5	Вартість реалізації	4.5	3.9	3,4	2.25	1,95	1.7
Інтегральний індекс						8,635	7,94	8,335
Персонал	0,5	Продуктивність рослини	2.19	2.81	3.08	1,095	1405	1.54
	0,2	Плинність кадрів	0,012	0,033	0,007	0,0024	0,0066	0,0014
	0,3	Кількість технічних виконавців	1	2	2	0,3	0,6	0,6
Інтегральний індекс						1,3974	2,0116	2,1414

Джерело: складено за даними готельно-ресторанний комплекс "Сієста"

У цілому динаміка розрахованих інтегральних показників ефективності комунікаційних технологій в управлінні бізнесом готельно-ресторанний комплекс "Сієста" на 2020-2022 рр. представлено на рис. 2.6.

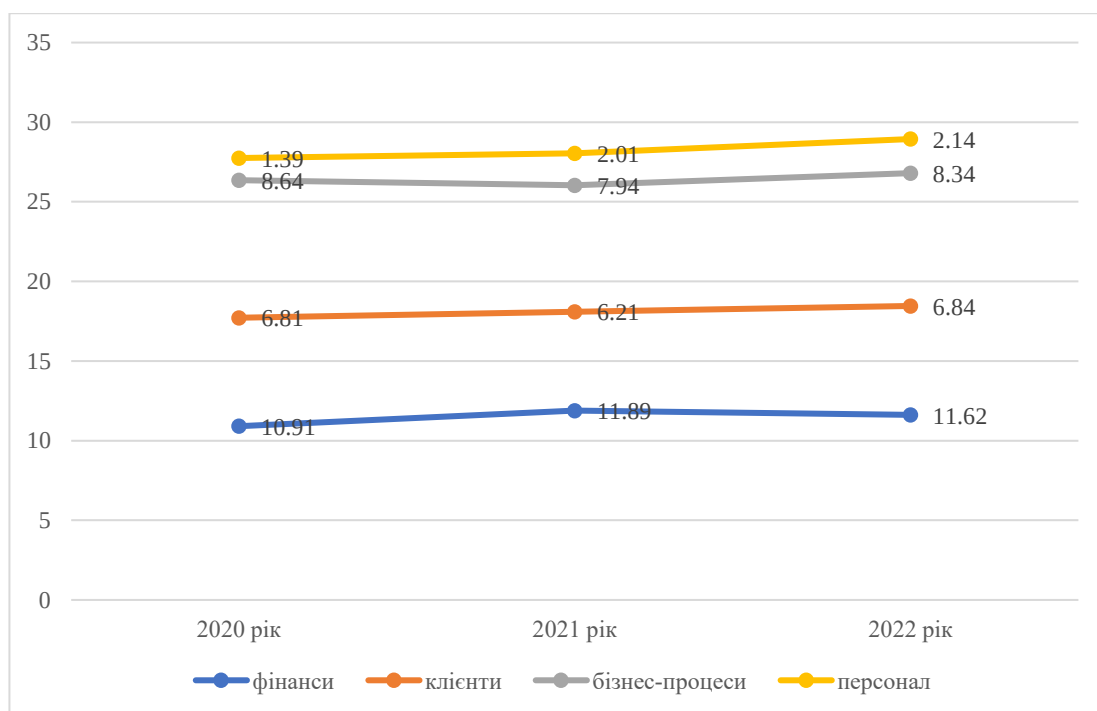


Рис. 2.6. Інтегральні показники ефективності комунікаційних технологій в управлінні підприємством готельно-ресторанний комплекс "Сієста" на 2020-2022 роки

Джерело: складено за даними готельно-ресторанний комплекс "Сієста"

Як бачимо з даних на рис. 2.6, найвищий показник у фінансовій проекції підприємства, а найменший – у кадрової. Позитивна тенденція до зростання інтегральних показників спостерігається за всіма прогнозами, крім фінансового.

Оскільки готельно-ресторанний комплекс "Сієста"- підприємство, що постійно розвивається, першочерговим завданням підприємства є збільшення обсягів реалізації послуг. Цього можна досягти шляхом залучення нових і збереження існуючих клієнтів підприємства.

Сьогодні у відділі продажів компанії працює 2 менеджера. Робота з кожним клієнтом проводиться індивідуально. Менеджер відділу продажів супроводжує клієнта від початку до кінця виконання замовлення. При цьому у кожного керівника є своя база даних клієнтів (на нотатках, у таблицях Excel, документах Word тощо) і вони не об'єднані в одну.

Здійснюючи продаж, необхідно підтримувати контакт з клієнтом. Це може бути супровід проекту, заміна на більш якісне обладнання і т. д. Звіти про продажі і виконану роботу складаються кожним менеджером індивідуально, без дотримання будь-яких стандартів.

У процесі роботи відділу продажів виникає багато проблем, які неможливо вирішити без якісного структурування завдань і їх подальшої реалізації. Відсутність єдиної клієнтської бази рано чи пізно призводить до проблеми втрати важливої інформації. Навіть високий рівень відповідальності співробітників і наявність гарної пам'яті нічого не вимагають від цього відділу продажів.

Отже, основними «проблемними зонами» є: втрата важливої інформації; нераціональне управління клієнтською базою; відсутність системності в роботі відділу продажів; відсутність швидкого пошуку інформації.

Для оцінки ефективності використання комунікаційних технологій у роботі відділу продажів готельно-ресторанного комплексу «Сієста» проведемо порівняльний аналіз за допомогою бальної оцінки (табл. 2.4).

Як видно з даних табл. 2.4 Удосконалення комунікацій у відділі готельно-ресторанного комплексу «Сієста» відбулося в таких процесах як: оптимізація бізнес-процесів обслуговування клієнтів, система постійного навчання персоналу.

Також ми провели опитування співробітників, які безпосередньо контактують з клієнтами готельно-ресторанного комплексу «Сієста».щодо недоліків у використанні комунікаційні технології у своїй роботі (рис. 2.7).

З даних рис. 2.7 видно, що більшість працівників готельно-ресторанний комплекс "Сієста" основними недоліками комунікаційних технологій вважають необхідність перемикавання між різними інструментами (42%), проблему поєднання комунікації з різних питань (47%) та погане збереження історії спілкування (41%).

Порівняльний аналіз ефективності використання комунікаційних технологій у роботі відділу продажів готельно-ресторанного комплексу «Сієста» за процесом (бали від 0 до 5)

Немає	процес	2021 рік	2022 рік	Абсолютне відхилення, +/-
1	Розробка стандартів у сфері політики та процедур обслуговування клієнтів	4	4	0
2	Оптимізація бізнес-процесів обслуговування клієнтів	3	4	1
3	Ведення претензійної роботи	3	3	0
4	Відбір та аудит засновників компанії	5	5	0
5	Система безперервного навчання персоналу	4	5	1
6	Внутрішній аудит оперативних працівників	4	4	0
7	Опитування та дослідження задоволеності клієнтів	5	5	0
8	Терміни обробки запитів	4	4	0

Джерело: складено за даними готельно-ресторанний комплекс "Сієста"

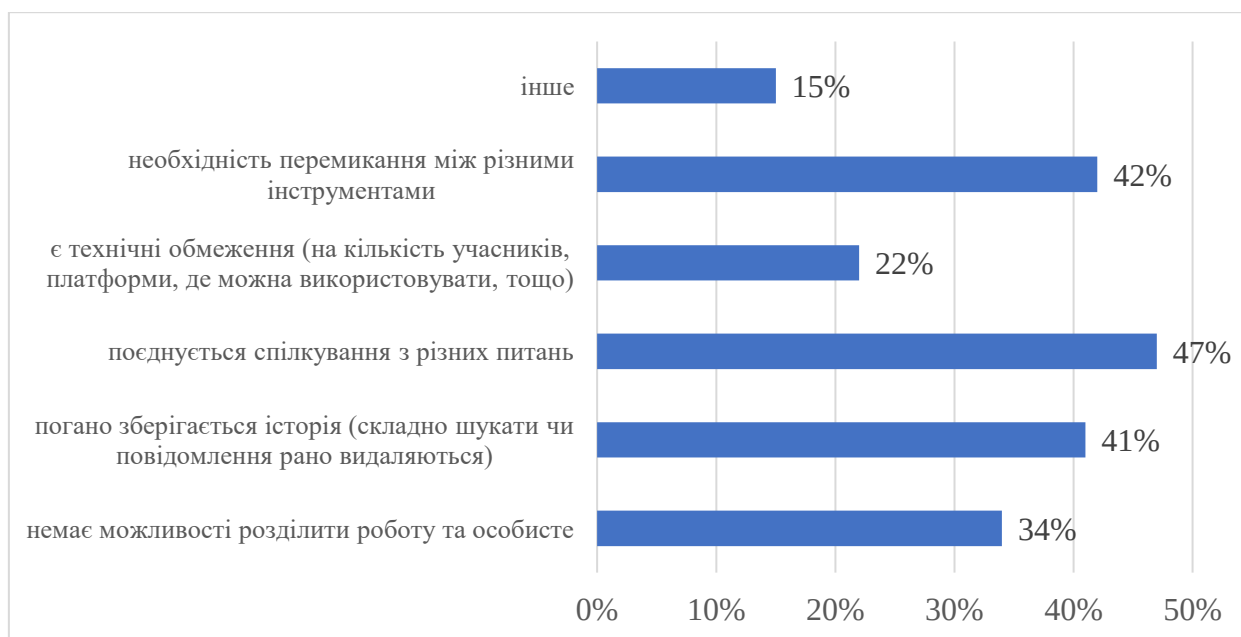


Рис. 2.7 Відповідь працівників готельно-ресторанного комплексу «Сієста» на запитання "Які недоліки комунікацій ви бачите, які виправляєте?"

Джерело: складено автором за результатами опитування

З наведених даних видно, що незважаючи на високу технологічність готельно-ресторанного комплексу «Сієста» у всіх організаційних процесах та конвергентність динаміки продажів, існує досить серйозна проблема

відсутності централізованої системи, яка дозволяє: відслідковувати історію відносин з Клієнтом; контролювати процеси налаштування внутрішніх мереж компанії для роботи з даними Клієнта; вести ефективну комунікацію всередині підприємства між відділом продажів, відділом корпоративного обслуговування та операційним відділом, робота яких безпосередньо впливає на рівень продажів, а також з колегами Клієнта та людьми, які приймають рішення.

На даний момент необхідно створити якісну базу, яка буде «працювати» на збільшення продажів без втрати важливої інформації, відстежувати виконання кожного замовлення, аналізувати роботу відділу продажів, бачити його проблемні місця і швидко дізнаватися про їх, тобто полегшити процес управління відділом продажів і зробити його максимально ефективним.

Отже, проведено аналіз діяльності готельно-ресторанний комплекс "Сієста" на вітчизняному ринку готельно-ресторанних послуг показали, що підприємство веде прибуткову та ефективну діяльність. Програмні засоби, які використовуються в діяльності комплексу «Сієста», відносяться до класу програмних засобів. Однак із появою більш сучасних комп'ютерних технологій або зміною бізнес-процесів компанії виникає потреба в оновленні технічних і програмних засобів: або вдосконалювати їх власними зусиллями, або придбати новий програмний продукт.

РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ «СІЄСТА»

3.1. Розробка заходів щодо впровадження сучасних інформаційних технологій у процес управління комунікаційною діяльністю готельно-ресторанного підприємства

Незважаючи на високі технології готельно-ресторанний комплекс "Сієста", всіх організаційних процесів, існує досить серйозна проблема відсутності централізованої системи, яка дозволяє:

- відстежувати історію відносин з Клієнтом;
- контролювати процеси налаштування внутрішніх систем компанії для роботи з даними Клієнта;
- вести ефективну комунікацію всередині компанії, а також з колегами та особами, які приймають рішення.

Всі ці фактори знижують прибутковість компанії, а також ускладнюють процес утримання клієнтів, залучення нових клієнтів і можливість подальшого розвитку готельно-ресторанний комплекс "Сієста" в загальному

Таким чином, в якості вирішення проблеми пропонується впровадження системи CRM (Customer Relationship Management), яка дозволить побудувати стандартний алгоритм дій при роботі з Клієнтом, а також налагодити комунікацію між відділами, задіяними в процес реалізації. Це, в свою чергу, призведе до зниження витрат на оплату праці працівників готельно-ресторанний комплекс "Сієста" та можливість залучення співробітників до більшої кількості нових проектів, а також значно підвищити ефективність роботи з поточними Клієнтами.

Для порівняльного аналізу інформаційних технологій, які забезпечать централізовану систему управління бізнес-процесами готельно-ресторанного комплексу «Сієста», ми обрали наступні програмні засоби: «АмоCRM»,

«Продажі Врм'online», «Бітрікс24». Проведемо порівняльний аналіз цих систем. При оцінці ми будемо враховувати, що для проектованої інформаційної системи важливо виконувати певні функції. Результати порівняння програмних продуктів представлені в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Порівняльна характеристика програмних засобів

Необхідні функції майбутньої інформаційної системи	Оцінка		
	"АмоCRM"	"Врм" онлайн-продажі	"Бітрікс24"
Забезпечення зручного введення даних клієнтів	±	+	+
Забезпечення можливості збереження історії взаєморозрахунків з клієнтами	-	+	+
Надання можливості зберігання даних про додаткові послуги	-	±	+
Забезпечення можливості відстеження замовлень і платежів послуг	-	±	+
Забезпечення можливості пошуку необхідної інформації, відбору та групування її за різними ознаками	-	+	+
Надання можливості розрахунку знижок	-	±	+
Забезпечення можливості ведення ціни на послуги	+	+	+
Забезпечення інтеграції підрозділів та передачі інформації між ними	-	-	+
Забезпечення можливості друку необхідних документів	+	±	±
Можливе налаштування відповідно до завдань підприємства	±	+	+

Джерело: розроблено автором

Для порівняння програмних рішень проведено оцінку можливості кожної програми реалізувати функції проектованої інформаційної системи. Кожна система отримала певну оцінку залежно від того, наскільки ефективно виконується ця функція. На основі цих оцінок була розрахована остаточна оцінка продукту та проведено порівняння.

Варто відзначити, що максимальну оцінку отримала програма «Бітрікс24». Це пов'язано з тим, що ця система є комплексною, вона включає в

себе незліченну кількість функцій і широко поширена на ринку програмного забезпечення. Однак вартість системи досить висока.

Таким чином, в якості вирішення проблеми пропонується впровадження системи CRM (Customer Relationship Management), яка дозволить побудувати стандартний алгоритм дій при роботі з Клієнтом, а також налагодити комунікацію між відділами, задіяними в процес реалізації. Це, в свою чергу, призведе до зниження витрат на оплату праці працівників готельно-ресторанного комплексу «Сієста» та можливості залучення співробітників до більшої кількості нових проектів, а також значно підвищить ефективність роботи з поточними корпоративними клієнтами. Як вирішення проблеми для впровадження CRM продукт «Bitriкс24» від компанії «1С - Bitriкс», з підключенням тарифного плану «Компанія. Контроль ефективності та автоматизація», вартість якого 119 880 грн.

«Bitriкс24» веде облік інформації про клієнтів. Будь-яка інформація про клієнта в системі фіксується як потенційний клієнт - «Лід», який незабаром може перетворитися на реального клієнта. Виправляється абсолютно все, починаючи від пропущених дзвінків, запитів в соціальних мережах або електронної пошти.

Обґрунтування ефективності впровадження запропонованих заходів у діяльність готельно-ресторанний комплекс "Сієста" виконано в підрозділі 3.2 цієї роботи.

3.2. Обґрунтування ефективності запропонованих заходів для готельно-ресторанного комплексу «Сієста»

Проведемо розрахунок ефективності впровадження програмного продукту «Bitriкс24» в комунікаційний процес готельно-ресторанного комплексу «Сієста». Система управління автоматизує такі основні бізнес-процеси:

виставлення рахунків; зміна параметрів програми клієнта; формування звітів про операції.

Бізнес-процеси оформлення рахунку клієнта наведені в таблиці. 3.2. Бізнес-процеси зміни заявки клієнта наведені в таблиці. 3.3. Процес отримання клієнтом виписки про операцію за певний період наведено в таблиці. 3.4.

Таблиця 3.2

Бізнес-процеси оформлення клієнтського рахунку без використання «Bitriкс24» та з урахуванням інтеграції в готельно-ресторанний комплекс «Siesta».

Немає	Досвід без використання B24	Час роботи співробітників, хв.	Досвід інтеграції	Час роботи співробітників, хв.
1	Менеджер по роботі з клієнтами приймає від клієнта заявку на виставлення рахунку по електронній пошті або по телефону, вказує номер договору (для ідентифікації), узгоджує суму, на яку повинен бути виставлений рахунок.	10	Клієнт самостійно заходить в особистий кабінет в мережі, виписує свій рахунок на необхідну суму.	0
2	Формує та направляє заявку особи, відповідальної за Клієнта, до бухгалтера	10		
3	Бухгалтер вручну вносить інформацію про рахунок в систему 1С, формує рахунок	10	Рахунок-фактура автоматично надсилається в систему компанії та обробляється там	0
4	Бухгалтер вручну завантажує електронну копію рахунка-фактури та надсилає її клієнт-менеджеру	5		
5	Менеджер по роботі з клієнтами отримує електронну копію рахунка-фактури, звіряє дані із запитом клієнта і, якщо все вірно, відправляє клієнту	10		
6	Клієнт отримує рахунок, роздруковує його та оплачує	0	Клієнт автоматично завантажує рахунок у спеціальний кабінет	0
7	Загальний час, витрачений	45	Загальний час,	0

	працівниками підприємства		витрачений працівниками підприємства	
8	Загальний час очікування клієнта	45-100	Загальний час очікування клієнта	0

Джерело: розроблено автором

З даних табл. 3.2 видно, що загальний час процесу оформлення рахунку клієнта без використання «Bitriкс24» становив 45-100 хвилин, а з урахуванням інтеграції «Bitriкс24» в готельно-ресторанний комплекс «Siesta»- співробітники не витрачають свій час, клієнт робить це за них.

Таблиця 3.3

Бізнес-процеси зміни параметрів клієнтської програми без використання без використання «Bitriкс24» та з його інтеграцією в готельно-ресторанний комплекс «Siesta»

Немає	Досвід без використання B24	Час роботи співробітників, хв.	Досвід інтеграції	Час роботи співробітників, хв.
1	Менеджер по роботі з клієнтами приймає заявку від клієнта на зміну параметрів замовлення по телефону або електронною поштою. Уточнює номер договору, параметри, які необхідно змінити	10	Клієнт вільно заходить в особистий кабінет в мережі і змінює параметри замовлення	0
2	Менеджер по роботі з клієнтами вручну змінює інформацію в заявці	10		
3	Менеджер по роботі з клієнтами дзвонить клієнту або пише лист клієнту з повідомленням про те, що параметри змінені	5	Зміни автоматично синхронізуються з системою компанії та обробляються там	0
4	Загальний час, витрачений працівником компанії	25	Загальний час, витрачений працівником компанії	0
5	Загальний час очікування клієнта	25-60	Загальний час очікування клієнта	0

Джерело: розроблено автором

Таким чином, провівши порівняльний аналіз поточних бізнес-процесів, ми встановили, що впровадження CRM-системи дозволить скоротити тимчасові витрати співробітників відділу корпоративного обслуговування та зменшити навантаження на бухгалтерію, а також підвищити лояльність клієнтів до компанії в цілому за рахунок можливості впливу на поточні бізнес-процеси людського фактора до 0.

Таблиця 3.4

Процес отримання клієнтом квитанції за транзакції за певний період без використання «Bitrike24» та з його інтеграцією в готельно-ресторанний комплекс «Siesta»

Немає	Досвід без використання B24	Час роботи співробітників, хв.	Досвід інтеграції	Час роботи співробітників, хв.
1	2	3	4	5
1	Менеджер відділу корпоративного обслуговування приймає запит від клієнта на надання йому звіту про операції по телефону або електронною поштою.	10	Клієнт вільно заходить в особистий кабінет в мережі, бачить там всі операції, вибирає за допомогою фільтра потрібний період і завантажує звіт	0
2	Менеджер відділу корпоративного обслуговування формує звіт для клієнта в підпрограмі ARIA	60		
3	Загальний час, витрачений працівниками підприємства	80	Загальний час, витрачений працівником компанії	0
4	Загальний час очікування клієнта	Кілька днів	Загальний час очікування клієнта	0

Джерело: розроблено автором

Інтеграція CRM-системи підвищить ефективність продажів, оскільки співробітники будуть розподілені на інші проекти компанії, а готельно-ресторанний комплекс «Сієста» зможе відмовитися від збільшення чисельності

оперативного персоналу та збільшити фінансові можливості та відділ продажів шляхом вивільнення коштів, які можна інвестувати в бюджет відділу маркетингу, що в свою чергу позитивно позначиться на прибутковості компанії та сприятиме залученню більшої кількості нових клієнтів.

Значення кожного з 3 бізнес-процесів без інтеграції з «Бітрікс24» наведено в таблиці 3.5.

Таблиця 3.5

Цінність бізнес-процесів без інтеграції з Bitrix24

Немає	Співробітники	Вартість однієї години (місячна ціна), грн.	Витрати на складання звітності, грн.	Витрати на формування операційних записів, грн.	За внесення змін до заявки клієнта, грн.
1	Менеджер по роботі з клієнтами	345.2 (55 230)	17.25	-	14.38
2	Бухгалтер	270,0 (43 210)	6.75	-	6.75
3	Менеджер відділу обслуговування	401.1 (64 176)	-	27,0,	-
4	Разом		24,0,	27,0,	21,13

Джерело: розроблено автором

Таким чином, шляхом автоматизації бізнес-процесів компанія отримує можливість скоротити фінансові витрати на їх реалізацію співробітниками компанії.

Економія на виставленні одного рахунку становить 24,00 грн., економія на зміні заявки – 21,13 грн. та економія на формуванні випічки по операціях становить 27,00 грн.

Відповідно доготельно-ресторанний комплекс "Сієста" в середньому клієнти отримують:

- 17 запитів на рахунки;
- 3 запити на зміну заявки;
- 7 запитів на складання звітів про операції.

У грошовому еквіваленті заощадження виглядають так:

- по виписці з рахунків - 407 грн.;
- за операції зі зміни заявки - 63,39 грн.;
- за операціями формування правочину - 189 грн.

Загальна економія за день на автоматизації бізнес-процесів становить 659,39 грн.

Враховуючи отримані дані про економію за 1 робочий день, можна визначити суму економії бюджету за 1 місяць (що складається з 21 робочого дня) та 1 календарний рік, а також визначити подальшу доцільність реалізації проекту «Бітрікс24». . Таким чином, щомісячна економія готельно-ресторанний комплекс "Сієста" на автоматизацію бізнес-процесів становить 13847,19 грн., при цьому річна економія бюджету – 166166,28 грн.

Отже, інтеграція запропонованої системи підвищить ефективність продажів, оскільки співробітники будуть розподілені на інші проекти компанії, а готельно-ресторанний комплекс «Сієста» зможе відмовитися від збільшення чисельності оперативного персоналу та збільшити фінансовий потенціал відділу продажів за рахунок вивільнення коштів, які можна інвестувати в маркетинговий бюджет, що в свою чергу позитивно вплине на прибутковість компанії та сприятиме підписанню більшої кількості нових контрактів.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У даній роботі було проведено дослідження на тему «Управління комунікаційною діяльністю готельно-ресторанного підприємства на основі впровадження сучасних інформаційних технологій та шляхи його вдосконалення», з якого можна зробити наступні висновки:

Розвиток інформаційних технологій не тільки сприяє підвищенню ефективності системи зв'язку за рахунок прискорення передачі інформації, можливості залучення студентів, які географічно віддалені, але й визначає ефект від розвитку прямих каналів зв'язку, зменшує спотворення інформації, і втрати. У практичній частині даного дослідження комунікація підприємств буде досліджуватися тільки з використанням інтерактивних інформаційних технологій. Комунікаційні технології перебудовують процес управління готельним і ресторанним бізнесом, надаючи нові потужні можливості для планування, організації, прийняття управлінських рішень і контролю за їх виконанням.

Комунікаційні технології в сучасній економіці є тією інноваційною складовою, яка забезпечує конкурентоспроможність готель і ресторан підприємства. Підприємство впроваджує комунікаційні технології не для отримання швидкої економічної вигоди. Основною мотивацією є забезпечення необхідних організаційно-управлінських умов для ефективного функціонування та подальшого розвитку. Питання полягає в тому, чи перейде підприємство в нову якість у зв'язку з впровадженням комунікаційних технологій чи ні, чи отримає воно стратегічну перевагу в порівнянні з конкурентами. Якщо так, то впровадження комунікаційних технологій є ефективним.

Дослідження процесу управління комунікаційною діяльністю підприємства проведено на прикладі готельно-ресторанного комплексу «Сієста» (ФОП Буряк В.В., м. Київ). Основним видом діяльності готельно-ресторанного

комплексу "Сієста" є: 79.12 - діяльність туристичних операторів. Номерний фонд готельно-ресторанного комплексу «Сієста» складає 30 номерів.

Спілкування є важливою складовою успішного бізнесготельно-ресторанний комплекс "Сієста". Без спілкування організація не може повноцінно функціонувати. Зовнішній зв'язок на "Сієсті" ефективно налагоджений. Це підтверджується добре налагодженими контактами з сегментами середовища. Проте є проблема прямого контакту між співробітниками готельно-ресторанний комплекс "Сієста" з клієнтами, а саме в погано налагодженому зв'язку із замовленням послуг клієнтами, з проханням про подальше виконання замовлень. Проведений аналіз діяльності готельно-ресторанний комплекс "Сієста" на вітчизняному ринку готельно-ресторанних послуг показали, що підприємство веде прибуткову та ефективну діяльність. Програмні засоби, які використовуються в діяльності комплексу «Сієста», відносяться до класу програмних засобів. Однак із появою більш сучасних комп'ютерних технологій або зміною бізнес-процесів компанії виникає потреба в оновленні технічних і програмних засобів: або вдосконалювати їх власними зусиллями, або придбати новий програмний продукт.

Незважаючи на високі технології готельно-ресторанний комплекс "Сієста", всіх організаційних процесів, існує досить серйозна проблема відсутності централізованої системи, яка дозволяє: відстежувати історію відносин з Клієнтом; контролювати процеси налаштування внутрішніх систем компанії для роботи з даними Клієнта; вести ефективну комунікацію всередині компанії, а також з колегами та особами, які приймають рішення. Як вирішення проблеми пропонується впровадження системи CRM (Customer Relationship Management), яка дозволить побудувати стандартний алгоритм дій при роботі з Клієнтом, а також налагодити комунікацію між підрозділами, які беруть участь у впровадженні процесу.

Завдяки автоматизації бізнес-процесів компанія отримує можливість скоротити фінансові витрати на їх реалізацію співробітниками компанії. Щомісячна економія готельно-ресторанний комплекс "Сієста" на автоматизацію

бізнес-процесів становить 13847,19 грн., при цьому річна економія бюджету – 166166,28 грн.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алгоритм оцінки економічної ефективності впровадження інформаційних технологій в торговельну організацію / Л. І. Нефьодов, Д. О. Маркозов, І. Г. Ільге // Журнал НТУ «ХПІ». Серія «Нові рішення в сучасних технологіях». – Х.: НТУ «ХПІ», – 2013. – №4(978). - С. 55–60.
2. В. С. Альошкіна. Реалізація стратегії розвитку підприємства з використанням збалансованої системи показників / В. С. Альошкін, І. В. Пономарьова // Економічна праця: зб. наукових праць – №27.– Дніпропетровськ: ПДАБА, 2015.– С. 202-210
3. М. Антанасов. Вплив інформаційних технологій на розвиток підприємства [Електронний ресурс] / М. Антанасов, О. Йона – Режим доступу до ресурсу: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream.pdf>.
4. Бобров К. В. Модель процесно-орієнтованої оцінки ефективності впровадження інформаційних технологій для вдосконалення управління адміністративно-господарськими процесами / [Т. Уварова, О.С. Левшенко, О.В. Поривай, А.А. Рибидайло, К.В. Бобров] // Збірник наукових праць Центру військово-стратегічних досліджень Національного університету оборони України імені Івана Черняхівського. - 2014. - №1(50). - С. 96-103.
5. Д. О. Бочкарьов. Зміст стратегій забезпечення економічного розвитку підприємств / Н. А. Тюхтенко, Д. О. Бочкарьов, Д. О. Гузь // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка та управління». - 2017. - № 8 (73). - С. 72-77.
6. Валькова Н. В. Використання інформаційно-комунікаційних технологій та впровадження електронної логістики на промислових підприємствах [Електронний ресурс] / Н. В. Валькова // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2013. – № 4 (9). – С. 155-160. – Режим доступу до журналів: <http://www.economics.opu.ua/files/archive/2013/n4.html>
7. Волох О. К. Концепції та складові інформаційно-комунікаційної інфраструктури / О. К. Волох // Науковий часопис Ужгородського

національного університету. У-ТУ, 2014. Серія ПРАВО. Випуск 29. Частина 2. Том 4/2 - С.29-32.

8. Галіцин В. К. Моніторинг і аудит інформаційних технологій в системі управління організацією / В. К. Галіцин, Р. Л. Юк // Моделювання та інформаційні системи в економіці. - 2015. - Випуск 86. - С. 256-262.

9. Жаворонкова Г. В. Менеджмент в інформаційній економіці: теорія і практика: монографія. – Умань : Чочінський, 2014. – 351 с.

10. Жигалкевич Ж.М. Інформаційні технології в управлінні підприємством / Ж.М. Жигалкевич, А. С. Онопко // Партисипативний підхід до управління підприємством: Збірник тез доповідей VII Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю, 28 квітня 2016 р. — К: Політехніка, 2016. — 104 с. — С.23

11. Інформаційно-комунікаційний менеджмент: навчально-методичний посібник для бакалаврів ЗДІА спеціальності 073 «Менеджмент» галузі знань 07 «Менеджмент і адміністрування» денної та заочної форм навчання / В. Г. Воронкова; Запорізький держ. інж. акад. – Запоріжжя, ЗДІА, 2018. – 158 с

12. Катерина О. К. Інтелектуалізація транспортно-логістичної діяльності в єдиному інформаційному просторі. – вісник НУ «Львівська політехніка». Логіка. 2014. - №811. – С. 150-156.

13. Коваль, В. В. Інформаційне забезпечення діяльності в системі корпоративного управління підприємством / В. В. Коваль // Культура народів Причорномор'я. - 2008. - №124 : Економічні науки. - С. 31-33.

14. Чічановський А. А. Інформаційні процеси в структурі комунікаційних мереж життєдіяльності: навчальний посібник / А. А. Чічановський, О. Г. Стариш. – К. : Грамота, 2010. – 568 с.

15. Менеджмент: імперативи та виклики: зб. науки к.т. існує заочна форма навчання / вип.ред. Ч. І. Бай. – Київ : Київ. національний торговельно-економічний університет, 2021. – Ч. 1. - 294 с.

16. Офіційний сайт готельно-ресторанного комплексу "Сієста". URL: <https://siesta-hotel.com.ua/>

17. Кожушко Л. Ф. Менеджмент організацій: теорія і практика : навч. спроба / Л. Ф. Кожушко, Т. О. Кузнецова. – Рівне: НУВГП, 2016. – 396 с
18. Кузнецова І. О. Бізнес-планування підприємств: структурний аспект (Монографія) / І. О. Кузнецова, Ю.В. Карпенка / Одеса: Атлант, 2012. – 209 с
19. Литівець А.Ю., Білоучко Т.М. Особливості інформаційно-комунікаційного забезпечення діяльності підприємств у сфері комунальної енергетики / Збірник наукових статей магістрів. Інститут економіки, менеджменту та інформаційних технологій. – Полтава: ПУЕТ, 2019. – С. 73.
20. Лупак Р. Л. Конкурентоспроможність підприємства : навч. спроба / Р. Л. Лупак, Т. Г. Вацильців. – Львів : Вид-во ЛКА, 2016. – 484 с.
21. Мазоренко О. В. Формування інформаційного середовища функціонування та розвитку підприємства : автореф. дис отримання наук. канд. економіка наук: 08.00.04 / О. В. Мазоренко – Харків, 2017. – 25 с.
22. Мазур В. С. Нові підходи та форми господарювання як особливого виду господарювання / В. С. Мазур // Пріоритети економічного розвитку України: історія та сучасність. – Вінниця, 2016. – С. 178-183.
23. Міщенко А. П. Стратегічне управління: освіта. спроба / А. П. Міщенко. – К.: Центр освіти. літератури, 2018. – 336 с.
24. Микуланинець С. І., Процкура В. Ф. Ефективність інвестицій у логістичні інформаційні системи у сфері туризму / Микуланинець С. І. // Економіка і суспільство. - 2016. - Випуск 2. - С. 408-411.
25. Огляд двадцятки кращих CRM систем для бізнесу. [Електронний ресурс] Режим доступу до ресурсу: <https://esputnik.com/uk/blog/oglyad-dvadcyatki-najkrashih-crm-sistem-dlya-biznesu>
26. Павліха Н. В. Управління безперервним розвитком прокторних систем: теорія, методологія, докази : монографія / Н. В. Павліха. – Луцьк : Волин. облдрук., 2016. - 380 с.
27. Пархаєва Н. В. Проблеми та перспективи розвитку логістичної інфраструктури в Україні / Н. В. Пархаєва, Б. В. Колокова // Теоретичні та

практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. - 2018. - Вип.1(2). – С. 259-263.

28. Ризніченко Л. В. Свідoctва впровадження корпоративних інформаційних систем управління на вітчизняних підприємствах. / Л. В. Ризніченко, Н. В. Ткаченко. // Кременчуцький державний політехнічний університет імені Михайла Отроградського. – С. 184-189.

29. М. Є. Рогоза. Управління соціально-економічним розвитком підприємств: механізми, моделі формування та організації процесів : монографія / М. Є. Рогоза, І. А. Цененко ; ВНЗ Закриття кооперативу "Полтавський університет економіки і торгівлі" (ПУЕТ). – Полтава : ПУЕТ, 2013. – 99 с.

30. Макет А. А. Стратегічний аналіз підприємницької діяльності в конкурентному середовищі / А. А. Рокладка // Інвестиції: практика та докази. - 2015. - № 15. - С. 5-10.

31. Є. М. Рудніченко. Формування оптимізаційної моделі інформаційно-аналітичного забезпечення управління витратами промислового підприємства / Є.М. Рудніченко, І.В. Лицовський // Бізнес Інформ, 2015. - №4 - С.129-134.

32. Ступницький О. І., Дашкуєв М. А. Інформаційні технології в інфраструктурі глобальних логістичних мереж / Ступницький О. І., Дашкуєв М. А. //Актуальні проблеми міжнародних відносин: Зб. наукових праць - Вип.122, ч. II. – К.: Київ. національний університет імені Т. Шевченка, Міжнародний інститут Відночин, 2016. – С. 104-115.

33. Освітні інформаційні технології та системи в менеджменті: зб. матеріалів I Всеукр. наук.-практ. конф. молоді вчені, аспіранти та студенти; 6-7 квітня 2017 р. – К.: КНЕУ, 2017. – 213 с.

34. Тимощук О. М. Інформаційно-логістичні системи в сучасних транспортних технологіях / О. М. Тимощук, О. В. Мельник // Інвестиції: практика та докази. - 2015. - № 22. - С. 79-82.

35. Тронь С. П. Аналіз інформаційного забезпечення підприємств торгівлі / С. П. Тронь // Науковий часопис Ужгородського національного університету.

Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. - 2016. - № 7 (3). – С. 135-139.

36. В. П. Тронь Концептуальні завдання інформаційного забезпечення прибутково-орієнтованого управління підприємствами торгівлі / В. П. Тронь, М. Є. Рогоза // Науковий часопис Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. - 2016. - № 16 (3). - С. 51-54.

37. Трофімов В. В. Інформаційні системи і технології в економіці та менеджменті: підручник для бакалаврів / За редакцією В. В. Трофімової. - 4-е вид., перероб., і доп. – К. : Видавництво Юрайт, 2019. – 542 с

38. Т. В. Уварова. Модель вартісно-орієнтованої оцінки ефективності впровадження інформаційних технологій для вдосконалення управління адміністративно-господарськими процесами / Т. В. Уварова, О. С. Левшенко, О. В. Поривай, А. А. Рибидайло, К. В. Бобров // зб. наук Збірник наукових праць Центру військово-стратегічних досліджень Національного університету оборони України імені Івана Черняхівського. - 2014. - № 1. - С. 96-103.

39. А. Чунарьова. Реалізація середовища аудиту та моніторингу сучасних інформаційно-комунікаційних сайтів і мереж / А. Чунарьова // Інформаційна безпека. - 2013. - Вип. 19. - № 2. - С. 88-93.

40. З. Я. Шацька. Управлінські інновації в системі підприємства. // Актуальні проблеми економіки. - 2012. - № 1. - С. 176–182.

41. Янчук Т. Ф. Значення механізму впровадження інформаційних технологій у господарську діяльність підприємства / Т. В. Янчук. // Економіка та організація управління. – 2016. – № 4(24). – С. 269–277.

42. Звіт про ERP-системи та корпоративне програмне забезпечення [Електронний ресурс] // A Panorama Consulting Research Report. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://go.panoramaconsulting.com/rs/panoramaconsulting/images/2016-ERP-Report.pdf>.

ДОДАТОК А

Анкета

Шановний працівник готельно-ресторанного комплексу «Сієста». Будь ласка, візьміть участь в опитуванні, присвяченому вивченню комунікаційних технологій в управлінні бізнесом підприємства. Будь ласка, дайте щирі та виважені відповіді на запропоновані Вам запитання. Будь ласка, відповідайте вільно. Ваші відповіді не підлягають розголошенню.

1. Який тип спілкування Ви найчастіше використовуєте на роботі?

- Microsoft Outlook;
- Microsoft Lync;
- Skype;
- Телефон;
- Конференції.
- Друкована продукція (корпоративні журнали)

2. З якою групою зовнішніх партнерів компанії Ви найчастіше спілкуєтеся?

- Торгові агенти
- Реклама
- Інші партнери

3. Які недоліки ви бачите в комунікаціях, які ви виправляєте?

- немає можливості розділити роботу та особисте життя
- історія погано зберігається (важко шукати або повідомлення видаляються раніше)
- спілкування з різних питань поєднується
- є технічні обмеження (щодо кількості учнів, платформ, які можна використовувати тощо)
- необхідність перемикатися між різними інструментами
- інший