

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра менеджменту організацій

Допущено до захисту
Завідувач кафедри
д.е.н., проф. Кузнецова І.О.

“ ____ ” _____ 2022 р.

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 073 Менеджмент

за темою:

«Управління комунікаціями підприємства клінінгових послуг»

Виконавець

студент факультету економіки та
управління підприємництвом

Костенко Рената Олександрівна

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник

к.е.н., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Балабаш Ольга Сергіївна

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Одеса 2022

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми.

В умовах глобалізаційних викликів комунікаційна політика підприємства є одним з основних факторів ефективної діяльності будь-якої організації. Майже кожного дня на ринку з'являються нові пропозиції, нові вимоги від споживачів, тому все складнішим стає процес формування попиту та здобуття прихильності споживачів. Ефективна комунікаційна політика дасть змогу як оптимізувати процес передачі інформації всередині підприємства, так і з зовні, а саме, налагодити довгострокові відносини з клієнтами.

Комунікації відіграють важливу роль у реалізації стратегічних цілей підприємства. Основним призначенням системи комунікацій підприємства є забезпечення необхідного і достатнього інформаційного обміну між структурними елементами організації.

Із розвитком сучасних технологій актуальною є проблема постійного пошуку ефективних каналів комунікацій, завдяки яким підприємство буде вдосконалювати свою внутрішню діяльність та зміцнювати своє конкурентне положення на ринку.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних та практичних основ управління комунікаціями на підприємстві та розробка заходів з підвищення ефективності комунікацій на підприємстві ТОВ «Об'єкт Сервіс».

Протягом написання роботи були виконані наступні завдання:

1. Дослідження теоретичних аспектів управління комунікаціями на підприємстві.
2. Надання загальної характеристики та проведення фінансового аналізу діяльності ТОВ «Об'єкт Сервіс».
3. Розробка заходів з підвищення ефективності комунікації ТОВ «Об'єкт Сервіс».
4. Оцінка економічної ефективності впроваджених заходів.

Об'єктом дослідження роботи являється підприємство ТОВ «Об'єкт Сервіс», яке займається наданням клінінгових послуг.

Предметом дослідження є процес управління комунікаціями на підприємстві клінінгових послуг.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої в роботі мети були використані сучасні загальнонаукові та спеціальні методи: фінансового аналізу – для оцінки фінансового стану підприємства; використання нотації Діаграма діяльності (Activity diagram) – для моделювання бізнес-процесу управління заявками клієнтів; графічний метод – для побудови карти стратегічних груп конкурентів підприємства.

Практична значущість роботи полягає у наступному: були запропоновані заходи з впровадження мобільного додатку iQonnect для оптимізації процесу комунікацій з клієнтами компанії, а також заходи з просування послуг на таких платформах, як Instagram, Facebook та Google Ads.

Інформаційну базу дослідження склали звітність ТОВ «Об'єкт Сервіс», законодавчі та нормативні акти України. Під час написання кваліфікаційної роботи використовувалися монографії, підручники та наукові статті. При написанні роботи використовувались комп'ютерні програми MS Word, MS Excel.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (30 найменувань) та 1

додатку. Загальний обсяг роботи становить 75 сторінок. Основний зміст викладено на 62 сторінки. Робота містить 13 таблиць, 15 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«Теоретичні основи управління комунікаціями на підприємстві»* виділено різні підходи до визначення сутності поняття «комунікації», розглянуто види комунікацій та комунікаційний процес на підприємстві, а також досліджено сучасні методи комунікацій.

У другому розділі *«Аналіз та формування ефективної системи комунікацій на підприємстві ТОВ «Об'єкт Сервіс»* надано загальну характеристику та проведено аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «Об'єкт Сервіс», проведено оцінку комунікаційної політики організації, розроблено заходи з оптимізації процесу комунікацій з клієнтами підприємства ТОВ «Об'єкт Сервіс» та проведено їх економічне обґрунтування.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких наступні:

1. Провівши теоретичне дослідження комунікаційної діяльності підприємств, можна дійти до висновку, що задля формування ефективної системи управління та реалізації стратегічних цілей потрібна налагоджена комунікаційна система. На сьогодні це завдання стає першочерговим для підприємства, тому що від цього залежить здатність організації бути конкурентоспроможним. Через це компанії мають постійно слідкувати за новітніми технологічними розробками та інноваціями серед засобів передачі й обробки інформації.

2. На даний момент ринок клінінгових послуг в Україні характеризується низьким порогом для входу нових підприємств та досить низькими заробітними платами. Провівши PEST-аналіз, можна зробити висновок, що політичні фактори негативно впливають на розвиток підприємств цієї галузі, економічні та соціальні фактори впливають переважно негативно, а технологічні фактори мають як позитивний, так і негативний вплив.

3. За результатами аналізу ринку клінінгових послуг міста Одеса була побудована карта стратегічних груп за двома параметрами – асортимент послуг та рівень технічного обладнання – і встановлені підприємства-конкуренти компанії ТОВ «Об'єкт Сервіс». До стратегічної групи конкурентів потрапили: клінінгові компанії «Роял Клининг», «Clean-Time» та «Ніка Тайм», які мають переважно широкий асортимент послуг та високий рівень технічного обладнання.

Оцінка конкурентної позиції ТОВ «Об'єкт Сервіс» із найближчими конкурентами показала, що компанії «Об'єкт Сервіс», «Роял Клининг», «Clean-Time» та «Ніка Тайм» займають досить сильні позиції на ринку, проте ТОВ «Об'єкт Сервіс» слід звернути увагу на такі показники, як якість обслуговування, розвиток рекламної діяльності, робота з клієнтами та імідж підприємства, аби їх покращити та підсилили свою конкурентоспроможність.

4. Проведення аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища за допомогою методу SWOT-аналіз показало, що підприємству ТОВ «Об'єкт Сервіс» потрібно зосередити свою увагу на розробці ефективної маркетингової стратегії задля

залучення нових клієнтів в мережі Інтернет, впровадженні спеціального додатку або комп'ютерної програми, що допоможе підвищити ефективність комунікаційних процесів на підприємстві, а також на постійному оновленні асортименту послуг та підтримці інноваційного напрямку розвитку.

5. Було проведено опитування 54 клієнтів підприємства ТОВ «Об'єкт Сервіс», результати якого змогли показати, що основною проблемою є швидкість опроцьовування однієї заявки та перехід на використання мобільних додатків. Саме виправлення цих зазначених проблем допоможе оптимізувати опрацювання однієї заявки, а також обслуговувати більше клієнтів загалом.

6. За допомогою нотації Діаграма діяльності (Activity diagram) був деталізований бізнес-процес «управління заявками», який дозволив виділити, як саме проходить процес прийому заявок на надання послуг від клієнтів. Цей аналіз допоміг визначити, що являється причиною ускладнення комунікаційного процесу, та встановити заходи з його оптимізації.

7. Побудування бізнес-процесу «управління заявками» із урахуванням застосування додатку iQonnect дозволило оптимізувати цей процес з 8-ми до 7-ми операцій, що призвело до скорочення часу опрацювання однієї заявки з 2 годин 5 хвилин до 55 хвилин.

8. Також був запропонований план з реалізації заходів щодо підвищення ефективності управління комунікаціями на підприємстві ТОВ «Об'єкт Сервіс», а саме заходи з просування послуг на таких платформах, як Instagram, Facebook, Google Ads і впровадження мобільного додатку iQonnect для оптимізації процесу комунікацій з клієнтами компанії. На основі розрахунку показника ROI була доведена економічна доцільність введення рекомендованих заходів, адже він склав 118,9%, що свідчить про їх прибутковість.