

Мукачівський державний університет
Факультет туризму і готельно-ресторанного бізнесу
Кафедра готельно-ресторанної справи

Дипломна робота

ОС «Бакалавр»

на тему:

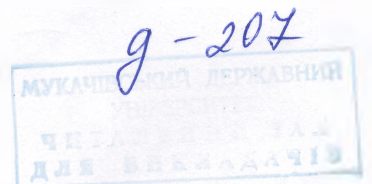
**УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ НА
ПІДПРИЄМСТВІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

Виконав: студент(ка) 4 курсу, групи ГРС-41
напряму підготовки 6.140101 «Готельно-
ресторанна справа»

Зозулич К.О.
(прізвище та ініціали)

Керівник: *к.е.н., ст. викладач Рубін М.А.*
(посада, прізвище та ініціали)

Рецензент: *доктор іст.н., доцент Малень Р.О.*
(посада, прізвище та ініціали)



Мукачево – 2019 року

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ	6
1.1. Комунікація, їх сутність, значення та види	6
1.2. Особливості організації комунікацій на підприємстві	13
1.3. Ефективність здійснення комунікацій підприємства готельного – ресторанного господарства в сучасних умовах	21
РОЗДІЛ 2 СТАН РЕАЛІЗАЦІЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В ГОТЕЛІ «СТАР»	28
2.1. Загальна характеристика підприємства та аналіз господарської діяльності.....	28
2.2. Аналіз системи комунікації готелю «Стар»	43
2.3. <i>Оцінка комунікаційного процесу в просуванні продукції</i>	54
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА	62
3.1. Напрямки організації комунікаційних зв'язків з зовнішнім середовищем	62
3.2. Вдосконалення внутрішньої системи комунікації та системи планування для підвищення ефективності управління.....	69
Висновки.....	76
Список використаної літератури.....	81
Додатки.....	79

ВСТУП

В сучасних умовах, готельно - ресторанна справа займає одне з провідних місць у суспільстві. Дана сфера все більше набирає оборотів не тільки на державному рівні, а і за її межами. Що у свою чергу дає поштовх для розвитку інших, менш розвинених галузей країни.

Моделі управління підприємствами в сучасних умовах не можуть існувати без налагодженого процесу ефективних комунікацій. Якісне управління будується на принципі що всі учасники процесу мають однаковий доступ до всіх видів потрібної інформації, активно взаємодіють один з одним, створюючи таким чином умови для прийняття рішень та успішної роботи.

Комунікації стали невід'ємною частиною в управлінні організацією. Адже недбало налагоджені комунікації сприяють затягуванню часу на прийняття рішень, породжують виникнення непорозумінь. Організація не зможе ефективно реагувати на внутрішні та зовнішні зміни, що зможе призвести до неефективного управління.

Комунікаційні процеси є важливою складовою ефективного функціонування підприємств, зокрема туристичних, комунікація вже давно перестала бути просто способом передавання інформації, а стала одним із важливих інструментів управління діловими відносинами. Інформація, комунікації разом із засобами забезпечення їх ефективного використання, тобто каналами, становлять інфраструктуру управління підприємствами.

Останнім часом спостерігаються суттєві зміни в процесі виведення товарів на ринок. Внаслідок того, що відбувається посилення конкуренції і насичення ринку великою кількістю товарів, стає просто недостатньо мати хороші послуги. Для того, щоб збільшити обсяг продажів і отримати якомога більше прибутку, необхідно донести споживачеві, що він може отримати вигоду від використання товару або послуги. Слід позначати цінність торгової марки замовника щодо брендів конкурента. Більш того, поведінка споживачів

постійно змінюється і саме через цей фактор необхідно постійно підвищувати якість послуги.

Підприємство на конкурентному ринку, що не враховує цих факторів, а саме, і не проводить активної комунікативної політики, приречене на провал.

Сьогодні слід грамотно позиціонувати товар на ринку з урахуванням бажань і запитів споживача. Саме від позиціювання товару на ринку, залежить розвиток готельного підприємства в цілому.

Актуальність проблеми даного дослідження полягає у тому, що всі процеси, які пов'язані та мають певний зв'язок з готельним підприємством, повинні чітко розмежовувати та класифікувати всі необхідні підрозділи готелю. Тому комунікаційні зв'язки та процеси такі важливі та нагальні для подальшого розвитку підприємства в цілому.

Об'єктом дослідження є процес управління комунікаційними процесами на підприємстві.

Предмет дослідження – комунікаційний процес та комунікаційна політика готелю «Стар».

Метою дипломної роботи є вивчення особливостей управління комунікаційними процесами в закладах ресторанного господарства.

Виходячи з поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

- розглянути всі особливості організації комунікацій на підприємстві;
- проаналізувати ефективність здійснення комунікацій в готелях;
- визначити стан реалізації комунікаційної політики в готелі «Стар»;
- розглянути загальну характеристику підприємства та його аналіз господарської діяльності;
- вивчити загальну систему комунікації готелю «Стар»;
- визначити оцінку комунікаційного процесу в просуванні продукції;
- розглянути шляхи вдосконалення комунікаційної політики підприємства;
- розібрати напрямки організації комунікаційних зв'язків з зовнішнім середовищем;
- запропонувати удосконалення внутрішньої системи комунікації;

- розглянути методи для удосконалення системи планування комунікації;

Дипломна робота складається з: вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. У першому розділі розглянуто теоретичні основи формування комунікаційного процесу. Другий розділ розкриває стан реалізації комунікаційної політики в готелі «Стар». Третій розділ висвітлює всі можливі шляхи та напрямки вдосконалення комунікаційної політики.

ВИСНОВКИ

Отже, готельний бізнес відіграє величезну роль в економіці країни. Все більше туристів приїжджає в міста України. Розвиток готельної індустрії призводить до жорсткої конкуренції на ринку послуг, і кожному керівнику дуже важливо залучити туриста саме в його готель. Одним з основних конкурентних переваг для готелю є надання послуг більш високої якості, ніж конкуренти, тобто таких послуг, які задовольняли б і навіть перевершували очікування клієнтів. А їх очікування складаються на основі наявного досвіду та інформації, яку вони отримують із засобів масової інформації та за допомогою особистого спілкування.

Дуже важливу роль в організації роботи підрозділу грають зовнішні і внутрішні комунікації. Розширене використання нових можливостей техніки сьогодні допомагає полегшити і прискорити процес створення і продажу послуг споживачам, вирішити фінансово-операційні завдання, пов'язані з управлінням, завдання маркетингового планування, підвищити конкурентоспроможність і, як наслідок, кількість продажів.

Вплив комунікацій на управління готелем величезний, так як воно безпосередньо пов'язане з підвищенням ефективності роботи як кожного менеджера окремо, так і готелю в цілому. Вони прямо безпосередньо впливають на конкурентоспроможність готелю на ринку готельної індустрії.

Використання сучасних комп'ютерних інформаційних технологій, інтернет-технологій, програмних продуктів, що підвищують автоматизацію всіх бізнес-процесів готелю, сьогодні стає не просто питанням лідерства або створення конкурентних переваг, але і подальшого виживання на ринку готельної індустрії в майбутньому.

Однак, для реалізації цих завдань потрібно не тільки розширити спектр надаваних гостям послуг, а й, безперечно, максимально поліпшити якість обслуговування гостей.

Успіх будь-якої організації, а, особливо, готелі, багато в чому залежить від працюючого в ній персоналу, який є одним з найбільш важливих ланок у

ланцюжку отримання доходів і отримання максимального прибутку в індустрії готельного бізнесу.

Слід зазначити, що успішне функціонування організації, формування та існування організаційної культури, засвоєння та проповідування корпоративних ідей і цінностей неможливе без налагодженого процесу комунікацій. Комунікація створює сприятливі умови для розкриття професійних і ділових якостей співробітників, сприяє розвитку їх творчого потенціалу задля створення додаткових цінностей і отримання результату.

Варто пам'ятати, що сучасний турист, будь то іноземець або наш співвітчизник, під час своєї подорожі має можливість порівняти рівень якості послуг, що надається готелем і, в першу чергу, рівень обслуговування з іншими готелями, який він відвідав в минулому.

Розширене використання нових можливостей техніки сьогодні допомагає полегшити і прискорити процес створення і продажу послуг споживачам, вирішити фінансово-операційні завдання, пов'язані з управлінням, завдання маркетингового планування, підвищити конкурентоспроможність і, як наслідок, кількість продажів.

Однак, для реалізації цих завдань потрібно не тільки розширити спектр надаваних гостям послуг, а й, безперечно, максимально поліпшити якість обслуговування гостей.

Успіх будь-якої організації, а, особливо, готелі, багато в чому залежить від працюючого в ній персоналу, який є одним з найбільш важливих ланок у ланцюжку отримання доходів і отримання максимального прибутку в індустрії готельного бізнесу.

При цьому поряд з професійними знаннями, кваліфікацією, необхідною для якісного обслуговування гостей, важливе значення має форма представлення цих знань, тобто форма подачі інформації про подачу послуги.

В першу чергу, саме від персоналу залежить враження гостя про готелі, яке набуває часто незмінний стійкий характер.

В роботі проаналізовано комунікаційна діяльність, ефективність роботи каналу готелю «Стар» міста Мукачево, виявлено позитивні сторони і деякі недоліки, в зв'язку з чим, запропоновані, на мій погляд, ефективні рекомендації щодо покращення.

Таким чином, на підставі результатів роботи, можна зробити висновок: постійне використання новітніх комунікаційних технологій, безперечно, впливає на всі аспекти успішності готелю.



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>