

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА  
ШЕВЧЕНКА  
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ  
Кафедра історії журналістики

Кваліфікаційна робота на здобуття другого (магістерського рівня вищої освіти)  
на тему: **PRObeauty: комунікаційна діяльність салонів краси та їхніх клієнтів**

**Терміни реалізації проекту:**  
**початок: 1 червня 2021 року**  
**закінчення: 15 березня 2022 року**

**Науковий керівник:**  
доц., д. н. соц. ком. Інна Черемних

**Виконавець проекту:**  
магістр освітньої програми  
“Журналістика та медіакомунікації”  
заочної форми навчання  
Проценко Валерія Олександрівна

Київ, 2021

**ЗМІСТ**  
**ОПИС ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЕКТУ**

<b>1. Загальні</b>	
<b>відомості.....</b>	
<b>2. Характеристики проекту</b>	
.....	
2.1. Ключові слова	
.....	
2.2. Реферат проекту.....	
2.3. Масштаб	
проекту.....	
2.4. Спрямованість проекту	
.....	
2.5. Ступінь новизни	
.....	
<b>3. Організаційний план розробки проекту та організації</b>	
<b>виробництва ..</b>	
3.1 Стан виконання робіт за проектом до моменту його схвалення.....	
3.2 Календарний план виконання робіт за проектом.....	
3.3. Організація заходів.....	
<b>4. Очікувана ефективність проекту</b>	
.....	
4.1. Економічна ефективність	
проекту.....	
4.2. Соціальна ефективність проекту	
.....	
4.3 Інші види ефектів .....	
<b>5. Аналіз потенційних ризиків проекту</b>	
.....	
5.1. Основні фактори ризику проекту	
.....	

## 5.2. Управління ризиками

.....

## 6. Загальні

висновки.....

### 6.1. Джерела, на основі яких сформовано проект

## II. ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОЕКТ

**Додаток. Проект «Портал гарних новин» — візуальне відображення інтернет- порталу (вказати форму, в якій подагться проект на захист)**

### 1. Загальні відомості

Проект «PRObeauty: комунікаційна діяльність салонів краси та їхніх клієнтів», місія якого полегшити взаємодію між власниками бізнесу, що надають послуги та клієнтами, які ці послуги отримують. З мої власних спостережень для того, щоб потрапити до студії на послугу потрібно дуже багато часу, а записатись на зручний для клієнта час дуже важко. Для того, щоб можна було обрати послугу, салон за локацією та вільними годинами, можна створити спеціальний додаток, який би об'єднував усі необхідні функції та можливості для успішної комунікації. У додатку не потрібно створювати обліковий запис, а відразу завантажувати та шукати ту інформацію, яку потрібно (рейтинг салону, локація, відгуки про майстра та салон). При завантаженні одразу можна помітити найпопулярніші групи салонів: манікюр, лазерна епіляція, перукарня та інше. У додатку також є можливість підписатись або зберегти аккаунт салону та відслідковувати всі відгуки про нього. Цю розробку я б залучила до тестування у власному салоні краси.

### 2. Характеристики проекту

#### 2.1. Ключові слова

Комунікація, програмне забезпечення, бізнес, послуги, додаток.

**Комунікація** – взаємодія між людьми за допомогою вербального або невербального спілкування, обмін інформацією [Електронний ресурс: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Комунікація>].

**Програмне забезпечення** — сукупність програм системи оброблення інформації та програмних документів, необхідних для експлуатації цих програм [Електронний ресурс: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Програмне\\_забезпечення](https://uk.wikipedia.org/wiki/Програмне_забезпечення)].

**Бізнес** (також відомий як підприємство або фірма) є організацією, що бере участь у виробництві продукції, торгівлі товарами чи послугами споживачам [Електронний ресурс: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Бізнес>].

**Послуга** — це дія, результат якої споживається в процесі її виконання [Електронний ресурс: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Послуга>].

**Додаток** — це програма, яка доповнює та розширює можливості основного або ж міняє його зовнішній вигляд. Ця програма використовує дозволений і окремо специфікований програмний інтерфейс основного застосунку і має сенс тільки в межах основного застосунку [[https://uk.wikipedia.org/wiki/Додаток\\_\(програма\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Додаток_(програма))].

## 2.2. Реферат проекту

· Назва проекту

Проект «PRObeauty: комунікаційна діяльність салонів краси та їхніх клієнтів»

· Стислий опис проекту;

Метою проекту є об'єднання і успішна комунікація клієнтів із власниками бізнесу, які надають послуги. А саме — власники студій краси. У рамках проекту планується створення спеціального додатку, який би вміщував у собі весь функціонал, який необхідний для комунікації між клієнтами та власниками. Наприклад, як правило, до студій краси варто записуватись за тиждень або за 2 тижні, щоб обрати зручний час. Проте цей додаток зможе показувати вільні години та салони за локацією. Тобто у будь який

зручний час можна знайти студію, до якої можна записатись онлайн, подивитись відгуки та враження про неї, обрати зручний час та комунікувати з майстром/власником.

·Вирішення проблем загальнодержавного, регіонального або галузевого рівня;

Цей проект покликаний вирішити проблеми галузі надання послуг.

·Основні техніко-економічні показники проекту;

Проект передбачає створення спеціального додатку для комунікації між власниками бізнесу та їхніми клієнтами. Додаток розрахований на усі програмні забезпечення. Має такі розділи: локація, відгуки, корисна інформація про студію, вільні години, інформація про майстра, контакти студій. Необхідні витрати на роботу програміста, який би створив необхідний додаток.

·Зміцнення зв'язків між наукою і виробництвом, створення умов для збереження, розвитку і використання вітчизняного науково-технічного потенціалу;

Допоможе акумулювати всі знання про комунікації. Залучення до виробництва українського програміста, з подальшою промоцією додатку серед українців. Можливе поширення додатку у світі, так як в Європі ще не так розвинена сфера послуг, як в Україні. Тому можливо за допомогою додатку людям, котрі проживають в Європі буде зручно забронювати собі час та місце, а це сприяє популяризації сфери послуг та покаже світу, що таке український сервіс та можливості.

·Організаційні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і/або соціальної сфери;

Залучення до виробництва програмістів з усього світу. Також тестування у реальному бізнесі зможе допомогти і вказати на переваги й недоліки проекту.

·Витрати на реалізацію проекту і строк його окупності;

Витрати на реалізацію проекту передбачають виплату зарплатні програмісту, який розроблятиме це додаток. Строк окупності (за сприятливими обставинами та влучною рекламою) — 8 місяців. Це буде передплата на місяць від людей, які хочуть отримати послугу (клієнти) за ціною чашки кави і отримання відсотку від власників бізнесу.

·фінансово-економічні показники:

-проведення наукових досліджень — три місяці, адже проект має практичний характер, витрати не передбачені

-проведення науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт — три місяці, передбачені витрати на роботу програміста

-тестування — три місяці, витрати передбачені на виправлення помилок (програміста)

·Джерела і умови фінансування проекту:

Спочатку — залучення спонсорських коштів, проте потім, фінансування на витрати будуть йти з підписок на додаток.

·Стислий перелік робіт та необхідні обсяги фінансування

Таблиця 1. Стислий перелік робіт та необхідні обсяги фінансування

№ п/п	Найменування робіт	Необхідні обсяги фінансування, тис. гривень за 9 місяців
1	Проведення дослідження функціоналу для проекту	0

2	Пошук програміста	0
3	Робота програміста	400 тисяч гривень
4	Тестування, виправлення помилок	50 тисяч гривень
5	Все разом	450 тисяч гривень

- Оцінка ефективності проекту
- економічний ефект (прогнозований термін окупності проекту) — 8 місяців
- соціальний ефект (над створенням проекту буде працювати програміст, це дасть можливість створити нові робочі місця).

### 2.3. Масштаб проекту.

Проект має великий масштаб. В ідеалі охопити всю Україну, а пізніше й Європейські країни.

### 2.4. Спрямованість проекту

Створений для покращення комунікації власників бізнесу з їхніми потенційними та постійними клієнтами. Цільова аудиторія мого проекту – власники бізнесу, які зацікавлені комунікувати з клієнтами та клієнти салонів краси (здебільшого дівчата 18-25 років).

### 2.5. Ступінь новизни

Проект має схожі додатки (наприклад Foursquare для пошуку локацій), проте всі інші не мають такого функціоналу. Є лише програми для онлайн записів. Тож саме цей проект має високий ступінь новизни, так як тут будуть зібрані увесь функціонал для успішної комунікації з клієнтами.

## 3. Організаційний план розробки проекту та організації виробництва

### 3.1. Стан виконання робіт до моменту його схвалення

-досліджено та обґрунтовано наукові аспекти	100%
-досліджено та обґрунтовано технічні аспекти	100%
-проведено теоретичні та експериментальні дослідження	100%
-розроблено технологію, ескізний і технічний проект	75%

-розроблено робочу документацію, створено дослідні зразки	10%
-наявні необхідні права на об'єкти інтелектуальної власності	10%
-проведено соціальні дослідження	100%
-наявність матеріально-технічної бази	50%
-наявність необхідного персоналу	100%
-визначено та узгоджено фінансування проекту	75%
-визначено та узгоджено місце виконання проекту	75%
-інші види робіт	60%

### 3.2. Календарний план виконання робіт за проектом

Таблиця 2. План виконання робіт за проектом

№п/п	Найменування робіт	Виконавець	Термін	Витрати, тис.гривень
1	Проведення дослідження необхідного функціоналу для проекту	Проценко В.О	3 міс.	0
2	Пошук програміста	Проценко В.О	1 міс.	0
3	Робота програміста	Селіванов Я.В	3 міс.	400 тис. грн.
4	Тестування	Проценко В.О	2 міс.	0
5	Виправлення помилок	Проценко В.О	1 тиждень	50 тис. грн

### 3.3. Організація заходів

- стислий перелік технологічних процесів;

- 1.Проведення дослідження необхідного функціоналу для проєкту
- 2.Пошук програміста
- 3.Робота програміста
- 4.Тестування
- 5.Виправлення помилок

·Опис наявних і необхідних для виробництва устаткування і приміщень — необхідний офіс для програміста та спеціальне обладнання (техніка).

·Кількість і кваліфікація виробничого персоналу (детальні відомості щодо прогнозованої потреби в кадрах):

-програміст або команда з програмістів, які матимуть необхідну кваліфікацію для розробки додатку, що буде працювати з усіма програмними забезпеченнями.

-група із 5-8 власників бізнесу, які допомагатимуть його створювати та фокус група (клієнти)

-група з 50 людей, які тестуватимуть додаток

#### 4.Очікувана ефективність проєкту

##### 4.1. ·Економічна ефективність проєкту.

Економічна доцільність реалізації проєкту — при гарній рекламі можна не лише окупити проєкт, а і заробляти на цьому за допомогою підписок, використання додатку та його продажу у Apple Store або Play Market.

· Термін окупності проєкту — 9 місяців

·Прибутковість проєкту - окупність + прибуток за допомогою підписок, використання додатку та його продажу у Apple Store або Play Market.

##### 4.2. Соціальна ефективність проєкту.

Спрямований на покращення комунікації між власниками бізнесу та потенційними та постійними клієнтами. Покликаний полегшити пошук салонів краси та запису до студій.

#### 5. Аналіз потенційних ризиків проєкту

##### 5.1. Основні фактори ризику проєкту

- Ризики, що відносяться до загальної соціально-економічної ситуації (політична нестабільність, перспективи економічного розвитку в цілому, фінансова нестабільність тощо)

- Виробничі ризики (підвищення поточних витрат, відсутність кваліфікованих кадрів). Є ризик того, що програміст буде не надто кваліфікованим для такого виду додатку.

## 5.2. Управління ризиками

На мою думку, основна проблема українців — те, що вони не готові платити за дійсно якісні продукти. У нас немає звички купувати підписки на фільми, музику та інше. Саме тому підписка буде коштувати не так дорого, лише чашка кави, для того, щоб кожен українець зміг дозволити собі придбати програму.

## 6. Загальні висновки

1. Закладений в цю документацію структурний опис комунікаційного проекту ««PRObeauty: комунікаційна діяльність салонів краси та їхніх клієнтів» - призначений для успішного виконання у встановлені терміни з урахуванням усіх характеристик, плану розробки та організації виробництва, очікуваної ефективності та потенційних ризиків.
2. Головною ціллю проекту є вибудування легких взаємовідносин між власниками бізнесу та їхніми клієнтами, пришвидшення пошук студії та записів.
3. Готовий тестовий варіант спочатку буде наданий для тестування власникам бізнесів, а також групі зі споживачами, для того, щоб виправити за можливістю усі технічні помилки.
4. Проект має високу ступінь новизни, тож за рахунок маленької вартості для споживача, можна залучити більшість українців до використання.

## Список літератури:

1. Барзилович О. Основи медіаменеджменту: навч. посіб. / О. М. Барзилович, З. В. Григорова, Л. А. Пунчак та ін.; КПП ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, 2017. 296 с.
2. Бізнес [Електронний ресурс] // Режим доступу до ресурсу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Бізнес>]
3. Додаток [Електронний ресурс] // Режим доступу до ресурсу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Додаток\\_\(програма\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Додаток_(програма))]
4. Закон України про авторське право і суміжні права
5. Зубенко В. В. Програмування: навчальний посібник (гриф МОН України) / В. В. Зубенко, Л. Л. Омельчук. — К. : ВПЦ «Київський університет», 2011. — 623 с.
6. Комунікативні стратегії : навч. посіб. / О. Ю. Бобало ; М-во освіти і науки України, Нац. ун-т "Львів. політехніка". – Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2015. – 344 с. : іл. – (Серія "Інформація. Комунікація. Документація" ; вип. 7). – Бібліогр.: с. 335-341 (91 назва). –
7. Комунікація [Електронний ресурс: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Комунікація> ]
8. Масова комунікація: Підручник / А. З. Москаленко, Л. В. Губернський, В.А. Вергун. - К.: Либідь,1997. - 216с
9. Нікітченко М. С. Теоретичні основи програмування: навчальний посібник / М.С Нікітченко — Ніжин: Видавництво НДУ імені Миколи Гоголя, 2010. — 121с.
10. Послуга [Електронний ресурс: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Послуга>].
11. Почепцов Г. Г. Коммуникационные технологии. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2001. – 348 с.

12. Програмне забезпечення [Електронний ресурс:  
[https://uk.wikipedia.org/wiki/Програмне\\_забезпечення](https://uk.wikipedia.org/wiki/Програмне_забезпечення)].

11. Черемних І. В. Телевізійний маркетинг : навч. посіб. Київ : ВПК  
Експрес-поліграф, 2013. 204 с.

12. Черемних І. В. Телевізійний маркетинг : навч. посіб. Вид 2. Київ : ДП  
Експрес-об'ява, 2018. 304 с. URL: [https://univ-  
kiev.academia.edu/InnaCheremnykh/Books](https://univ-kiev.academia.edu/InnaCheremnykh/Books)

13. Черемних І. В. Менеджмент телевізійної галузі в трансформаціях  
цифрової доби / монографія. Київ : ТОВ «Видавнича компанія «КИТ», 2019.  
476 с.