

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ
Кафедра соціальних комунікацій

Кваліфікаційна робота
на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти на тему:
**“Розробка концепції системи управління внутрішньою
комунікацією в ІТ-компанії”**

Термін реалізації проєкту:

початок 1 червня 2021 року

закінчення 31 грудня 2021 року

Виконавець проєкту:

студентка магістратури

заочної форми навчання

спеціальності 061 – журналістика

освітньо-професійної програми

“Журналістика та

медіакомунікації”

Анна КОРОЛЬ

Науковий керівник:

доцент, кандидат політичних наук

Юрій БОНДАР

Київ, 2021 р.

ЗМІСТ

ЗМІСТ	2
ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРОЄКТУ	5
1.1 Загальні характеристики.....	5
1.2 Реферат проєкту.....	6
1.3 Масштаб проєкту.....	13
1.4 Спрямованість проєкту.....	14
1.5 Ступінь новизни	15
РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ ПЛАН РОЗРОБКИ ПРОЄКТУ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА	17
2.1 Стан виконання робіт за проєкту до моменту його схвалення.....	17
2.2 Календарний план виконання робіт за проєктом.....	18
2.3 Організація заходів.....	20
РОЗДІЛ 3. ОЧІКУВАНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ПРОЄКТУ	21
3.1 Економічна ефективність проєкту.....	21
3.2 Соціальна ефективність проєкту.....	22
3.3 Інші види ефектів.....	23
РОЗДІЛ 4. АНАЛІЗ ПОТЕНЦІЙНИХ РИЗИКІВ ПРОЄКТУ	24
4.1 Основні фактори ризику проєкту.....	24
4.2 Управління ризиками.....	24
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	29
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ	32
ПРЕЗЕНТАЦІЯ ПРОЄКТУ	33
ДОДАТКИ	35

ВСТУП

Об'єктом пропозиції концепції було обрано українську ІТ компанію “QAarea”. Вона була створена у 2001 році та досі реалізує індивідуальні рішення програмного забезпечення для задоволення потреб інших бізнесів. Сьогодні “QAarea” є провідною компанією в Україні та орієнтована на розробку, тестування мобільних додатків, сайтів та систем. “QAarea” тричі ставала фіналістом European Testing Award та DevOps Industry Award, що засвідчує високу якість послуг. Також є частиною асоціації ІТ Ukraine.

Головною метою компанії “QAarea” є постійне вдосконалення та якість послуг, що надаються (розробка програмного забезпечення на замовлення, тестування програмного забезпечення, розробка додатків та розробка мобільного програмного забезпечення). Компанія побудована на засадах якості, комунікації та відданості клієнтам. Як компанія, що надає послуги програмного забезпечення та має 20-річний досвід у наданні складних, нестандартних рішень, “QAarea” має багатий досвід у розв'язанні технічних питань для різних галузей. Проте, компанія зіштовхнулася з проблемами внутрішньої комунікації між командами та відділами. А для того, щоб усі процеси, що потребують вирішення, налагодилися — потрібно спочатку покращити комунікацію всередині.

Для реалізації проєкту необхідно створити спеціальну систему внутрішніх комунікацій для покращення задоволення від роботи, підвищення її ефективності, а так само для створення атмосфери командної, корпоративної діяльності.

Структура компанії є розгалуженою та багаторівневою. Компанія розподілена на 8 департаментів:

- 1) керівництво компанії та топ-менеджери;
- 2) команда маркетингу;
- 3) відділ продажів;
- 4) фінансовий департамент та юристи;

- 5) команда HR-ів;
- 6) команда рекрутингу;
- 7) технічний відділ;
- 8) команди різних проєктів.

Головний офіс компанії розташований у Харкові. Також є офіси у Києві, Черкасах та Львові, а загальний штат налічує близько 300 осіб. У зв'язку із залученістю великої кількості людей виникла потреба налагодити дієву комунікацію всередині самої організації – між керівництвом, департаментами та командами разом. Крім того, є загальна потреба здійснювати зовнішню комунікацію із потенційними колегами, іншими компаніями та клієнтами.

Внутрішніми та зовнішніми комунікаціями займається HR-відділ за підтримки команди з маркетингу.

РОЗДІЛ 1. ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРОЄКТУ

1.1 Загальні характеристики

Дослідницький проєкт щодо вивчення та аналізу майбутнього потенціалу означеного об'єкта має апелювати до сутнісних категорій та визначень щодо лояльного та прагматичного висвітлення його продуктивності та мобільності з огляду на сфери виробництва та кінцевого формування і поширення комунікаційного сервісу цієї компанії.

Виходячи з цього, можна виокремити такі поняття:

Соціальна комунікація, внутрішня комунікація, зовнішня комунікація, місія компанії, цінності компанії, HR Brand Management, командний дух.

- *Соціальна комунікація* — обмін між людьми або іншими соціальними суб'єктами цілісними знаковими повідомленнями, у яких зображена інформація, знання, ідеї, емоції тощо, обумовлений цілим рядом соціально значущих оцінок, конкретних ситуацій, комунікативних сфер і норм спілкування, прийнятих у даному суспільстві.
- *Внутрішня комунікація* — це не лише про формальні політики, стратегії, офіційні розсилки чи наради. Це всі взаємодії, включно з розмовами за кавою, спільним дозвіллям, підтримкою.
- *Зовнішні комунікації* — це обмін інформацією між організацією та зовнішнім середовищем. Вони здійснюються від імені організації як юридичної особи уповноваженим органом або представником.
- *Місія компанії* — чітко виражена причина існування організації на ринку. Місія деталізує статус фірми і забезпечує напрям і орієнтири для визначення цілей і стратегій на різних організаційних рівнях.
- *Цінності компанії* — вони ж корпоративні або основоположні цінності — фундаментальні переконання, на яких базується бізнес. Це головні принципи, які використовуються при взаємодії з іншими компаніями, клієнтами і співробітниками.

- *HR Brand Management* – сукупність зусиль компанії по взаємодії з чинними та потенційними співробітниками, яке робить її привабливим місцем роботи, а також активне управління іміджем компанії в очах партнерів, потенційних співробітників.
- *Командний дух* — це термін, яким позначають невеликі групи (від 3 до 12 осіб), що мають яскраво виражену цільову спрямованість і інтенсивну взаємодію між членами групи.

1.2 Реферат проєкту

Запропонована стратегія може поєднувати різноманітні комунікаційні технології задля утворення цілісної структури та ефективнішого налагодження зв'язку. Основним каналом обміну внутрішньою інформацією було обрано створення окремого корпоративного каналу та чату в месенджері Telegram для працівників з всіх офісів.

Назва проєкту.

Розробка концепції системи управління внутрішньою комунікацією в ІТ-компанії”

Стислий опис.

Першочергово пропонується розділити загальну комунікаційну стратегію на дві гілки – спрямовану на внутрішню аудиторію (всередині компанії) та зовнішню (суспільство, медіасередовище, експерти тощо). Перший варіант міститиме в собі закритий канал (QArea Official) та чат (QArea Official Chat) в Telegram, завдання яких – налагодження зв'язку між керівництвом, департаментами та працівниками. Доступ до такої комунікації матимуть винятково ті, хто є в штаті компанії. Це дасть змогу не лише допомогти встановити зв'язок між працівниками, але й створить можливість звернень до керівництва та топ-менеджменту у чаті за допомогою хештегів. Основною ж частиною корпоративного каналу буде своєрідна новинна стрічка, в якій адміністратори публікуватимуть найважливіші новини організації у формі інтерактивних текстових та аудіовізуальних матеріалів. Сповіщатимуть про

досягнення працівників, команд та навіть усього проекту. Це дозволить наочно продемонструвати ефективність роботи кожного підрозділу та їхні здобутки за відведений проміжок часу. Передбачаються також відео та текстові звернення керівництва стосовно ключових та вирішальних моментів роботи організації. Для стовідсоткового досягнення взаєморозуміння між працівниками компанії та керівництвом було прийнято рішення створити окремий чат для спілкування працівників з усіх офісів (Київ, Харків, Львів та Черкаси). Суттєві питання виноситимуться на загальне обговорення, проводитимуться голосування, опитування серед зацікавлених членів організації, а також можна буде прокоментувати ту чи іншу проблему або ж спосіб її вирішення.

Обґрунтування вибору месенджера Telegram пояснюється в додатку А.

Розв'язання проблем загальнодержавного, регіонального або галузевого рівня.

Цей проєкт має на меті охопити локальний рівень розв'язання проблем, а в майбутньому, можливо, і галузевий. Адже налагодження внутрішньої системи комунікацій потрібно кожній організації, компанії чи підприємству. Нині в Україні, та й навіть у світі, не існує жодної цілісної структури, яка б займалась лише побудовою комунікації всередині компанії. Кожному потрібно робити це самостійно. Ініціативи на цю тематику в ІТ-компаніях здебільшого поодинокі та несистематичні. За мету поставлено зміцнення зв'язків всередині команд та офісів з інших міст. Внутрішня система комунікацій націлена на охоплення колег з усіх міст, адже деякі люди працюють віддалено. Також іноді беруться люди на аутсорсі, але вони не входять в штат компанії.

Едвардс Демінг, американський вчений, статистик та консультант з менеджменту, стверджує, що 85% проблем в компанії — в системі, а не в персоналі. Тому наше завдання – створити систему внутрішньої комунікації, адже, за тим самим Демінгом, управління — це впорядкування процесів, а не давати прочуханки працівникам [Демінг, с.83].

Основні техніко-економічні показники проєкту.

Пропонований комунікаційний проєкт планується розмістити в мережевому просторі в закритому (для внутрішнього користування) форматі. Розробкою займатиметься команда HR-ів при підтримці відділу маркетингу. Остаточний проєкт матиме вигляд закритого каналу новин для працівників компанії та закріпленого до нього чату для спілкування. Загальна кількість підписників — 300 людей з усіх офісів (зміна чисельності підписників корегуватиметься відповідно до умов розвитку компанії). Наповнення каналу здійснюватиметься шляхом публікації регулярного контенту, який буде попередньо погоджений керівництвом, а саме з HR-директором. Адміністратор завантажуватиме усю необхідну текстову, аудіо- та відеоінформацію. Впровадження інших інноваційних технологій здійснюватиметься поступово. Втім долучатися до створення контенту зможуть усі працівники компанії. Для цього буде повідомлено, що кожен співробітник може запропонувати свій пост для публікацій або поділитися новиною, звернувшись з пропозицією у приватні повідомлення до одного з адміністраторів.

Запуск та активізація масштабного комунікаційного проєкту здійснюватиметься коштом виплат заробітної плати головному адміністратору, позиція якого називається Content Manager. Людина на цій позиції також займається контентом для соцмереж та наповненням сайту компанії. Залучення третіх сторін для створення контенту здійснюватиметься на безоплатній основі. Загальні витрати на описаний проєкт будуть здійснюватися із бюджету на маркетинг або на HR процеси.

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

Комунікаційний проєкт спрямований на встановлення тісних зв'язків між топ-менеджментом та працівниками в компанії. Метою проєкту є інтеграція практичних та теоретичних аспектів в єдине ціле, і в кінцевому результаті втілення в життя глобальної комунікаційної стратегії.

Комунікації — життєво важлива ланка між керівником і підлеглими, є

інструментом внутрішньосистемної координації, допомагають отримувати інформацію всіх рівнях управління. Дослідження різних організаційних структур показують, що комунікація відіграє у розвитку організації як цілісного організму [Почепцов 1990, с.54].

З метою реалізації проєкту компанії планується безперервне залучення передових технічних розробок, провідних українських стартапів та унікальних ідей. В майбутньому на його основі можна буде окреслити функціональну модель, якою зможуть послуговуватися й інші компанії в Україні. Це сприятиме зміцненню комунікаційних інновацій. Вітчизняний науково-технічний потенціал поповниться розробленою системою комунікацій. Реалізований проєкт можна буде популяризувати, доповнювати та розвивати його заради ефективного досягнення результатів.

Таким чином комунікаційна стратегія матиме інноваційне значення для суспільства.

У японській системі управління фірмами пов'язується воедино їх внутрішні ресурси та зовнішнє середовище, найбільш суттєвими компонентами якого є державне регулювання економіки, конкуренція, освіта та культурні традиції. Тривалий час основну увагу щодо японського управління зверталось переважно на технологію та організацію управління, особливо у сфері управління персоналом. Останнім часом починає поширюватися новий погляд на японське управління — крізь призму його стратегії [Вахрушев 1992].

Організаційні рішення виробничого, адміністративного, комерційно го або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і/або соціальної сфери.

Ключовим завданням майбутнього продукту має стати налагодження ефективної комунікації всередині компанії “QArea”.

Інформаційні технології стають частинкою поняття глобалізації системи масової комунікації, оскільки без технологічної модернізації процесу спілкування неможливим є утворення більш потужних систем збору, обробки, передачі й

поширення інформації у комунікаційному просторі [Різун].

Внутрішній корпоративний канал в Telegram вирішуватиме таку низку організаційних та адміністративних завдань: повідомлення про новини компанії, прихід нових співробітників та звільнення, корисну інформацію для технічних позицій, новини зі сфери ІТ, привітання з державними та іншими святами, днями народження, повідомлення про майбутні події для різних професій тощо. Таким чином будь-який працівник буде в курсі останніх новин компанії та ІТ-сфери. Завдання корпоративного єдиного чату — налагодити комунікацію між департаментами та керівництвом з усіх офісів. Шляхом публікації відео та текстових звернень члени керівництва зможуть доступніше доносити свою позицію щодо тих чи інших питань до усіх працівників. А колеги зможуть поставити пряме питання до керівництва або топ-менеджменту у чаті. Це має поліпшити комунікацію всередині компанії.

Обґрунтування вибору месенджера Telegram пояснюється в **д(Д)одатку А**.

Отже, головним рішенням для поліпшення якості внутрішньої комунікації в ІТ компанії є можливість створення єдиного каналу та чату спілкування. Публікації у каналі будуть виходити згідно контент-плану (Додаток Б).

Без перебільшення, комунікацію можна вважати необхідною умовою життєдіяльності людини та однією з основ існування суспільства, оскільки суспільство – це, насамперед, ті зв'язки та взаємини, до яких вступають його члени. Усі аспекти діяльності пронизані комунікацією [Николаева 2014].

Таким чином є змога налагодити взаємозв'язок у колективі, між департаментами та керівництвом. Також це буде сприяти підвищенню командного духу та єдності у компанії між працівниками з офісів з різних міст.

Термін реалізації проєкту.

На виконання поставленого проєкту може бути відведено від 6 до 10 календарних місяців. Однак реалізація може бути здійснена у коротший термін.

Витрати на реалізацію проєкту і строк його окупності.

Загальні витрати на реалізацію в зазначений термін становитимуть близько 276-460 тис. грн (сума заробітної плати контент-менеджеру, HR-менеджеру та дизайнеру за створення картинок та ілюстрацій за 6-10 місяців).

Фінансово-економічні показники.

Витрати впродовж терміну робіт. 276-460 тис. грн за 6-10 місяців. / 46 тисяч гривень за кожний місяць. Сума може варіюватись від ефективності та інтенсивності реалізації.

Джерела і умови фінансування проєкту.

Фінансування проєкту буде здійснюватися за кошти компанії "QArea" із бюджетів на маркетингові активності та HR. Фінансування розподіляє фінансовий контролер компанії та узгоджує з керівництвом.

Стислий перелік робіт подано у таблиці нижче.

Стислий перелік робіт та необхідні обсяги фінансування.

№ п/ п	Найменування робіт	Необхідні обсяги фінансування, тис. гривень (тут і далі «грн» з малої літери)
1.	Обговорення та розробка стартової форми проєкту	50 тис. грн
2.	Вивчення початкової форми проєкту, перевірка наявних та майбутніх перспектив та проблем	50 тис. грн
3.	Створення контент-плану	100 тис. грн

4.	Погодження контент-плану з HR Director	10 тис. грн
5.	Надання технічного завдання дизайнеру щодо картинок	30 тис. грн
6.	Постійний пошук цікавих новин зі сфери IT	100 тис. грн
7.	Оформлення кінцевого вигляду проєкту, фінальне графічне доповнення	50 тис. грн
8.	Перші тестування проєкту	50 тис. грн
9.	Презентація готового продукту, додаткові впровадження та важливі технічні особливості	30 тис. грн

Разом становить 460 тисяч гривень.

Оцінка ефективності проєкту.

Цей проєкт має соціальну ефективність та користь.

- **Економічний ефект.** Майбутній проєкт не спрямований на досягнення фінансової вигоди. Використання ресурсів з усіх внесків буде спрямоване на покриття витрат компанії: зарплати, підтримка та створення контенту. В перспективі економічний ефект буде оцінений в зменшенні плинності кадрів та покращенні співпраці між підрозділами.

Підвищуючи якість у робочій середі, ми отримуємо відмінну продукцію та чудові послуги. В результаті виникає ланцюгова реакція — знижуються витрати, підвищується конкурентоспроможність, люди на виробництві почуваються щасливішими, робочі місця примножуються [Деминг 2012, с.29].

- **Соціальний ефект.** Над реалізацією проєкту будуть працювати 5 людей, серед

яких працівники компанії, що сприятиме підвищенню їхньої професійної кваліфікації, здобутті знань та практичного досвіду. Зазначений проєкт матиме колективне соціальне значення для розробників проєкту та його користувачів, всіх працівників компанії. Готовий проєкт матиме інформативне та повчальне значення для майбутніх колег, буде корисним для налагодження взаємозв'язку та комунікації всередині компанії, створюватиме можливість для подальшого розвитку. Контент (Додаток Б) контролюватиметься щодо дотримання вимог, принципів толерантності, поваги та етичного ставлення до інших.

1.3 Масштаб проєкту

Описаний проєкт націлений насамперед на внутрішню українську аудиторію. Тому контент каналу буде переважно українськомовним. Іноді будуть публікуватися новини російською та англійською мовами. Також доречними будуть посилання на матеріали, що можуть бути потенційно цікавими для аудиторії.

Докладно розв'язання проблем загальнодержавного та галузевого рівня описано в підпункті 2.2. *Реферат проєкту, розділах “Розв'язання проблем загальнодержавного, регіонального або галузевого рівня”.*

Цей проєкт має на меті охопити локальний рівень розв'язання проблем, а в майбутньому, можливо, і галузевого. Адже налагодження внутрішньої системи комунікацій потрібно кожній організації, компанії чи підприємству. Нині в Україні, та й навіть у світі, не існує жодної цілісної структури, яка б займалась побудовою комунікації всередині компанії. Кожному потрібно робити це самостійно. Ініціативи на цю тематику в ІТ-компаніях здебільшого поодинокі та несистематичні. За мету поставлено зміцнення зв'язків всередині команд та офісів з інших міст. Внутрішня система комунікацій націлена на охоплення колег з усіх міст, адже деякі люди працюють віддалено.

1.4. Спрямованість проєкту.

Уніфіковане значення проєкту описане в окремих розділах.

Перед реалізацією проєкту відповідними експертами (маркетинг та HR відділи) буде проаналізований відповідний досвід інших організацій та оцінена їхня успішність та ефективність. Надійність проєкту гарантуватиметься цими ж відділами. Після тестування проєкту, буде обраний найкращий і найефективніший з усіх можливих запропонованих варіантів, це стосується у тому числі дизайнерського оформлення та варіантів контент-плану (Додаток Б).

Документообіг проєкту накопичуватиметься та зберігатиметься з метою аналізу, використання напрацьованого для вдосконалення проєкту, поширення його досвіду. Комунікаційна система буде спрямована на мінімізацію ризиків, конфліктів чи непорозумінь і сприятиме швидкому долученню до справи нових членів команди та керівництва.

Існують вербальні та невербальні комунікації в менеджменті. Вербальні комунікації розуміються, як процес, у якому передача інформації здійснюється з допомогою слів. Відразу зазначимо, що маються на увазі не лише вимовлені слова, а й написані. Письмова форма для підприємства має велике значення. Із нею пов'язаний весь документообіг. Не важко повірити, що під час укладання угод акцент робиться не так на усні запевнення, але в документальне оформлення. При невербальних комунікаціях використовуються всілякі жести, міміка, погляди та інше. У більшості випадків і обидва перераховані види комунікацій доповнюють один одного. У деяких ситуаціях можна спостерігати певні протиріччя. Вони можуть бути пов'язані з тим, що людина сама не вірить у те, що говорить, приховує своє справжнє ставлення до цього і таке інше. Найчастіше невербальні комунікації видають людей, цілком чи частково розкривають їхню брехню [Чалдини 2012, с.134].

Забезпечення проєкту матиме інформаційний, організаційний характер. Техніка управління здійснюватиметься за допомогою формальних, логічних і організаційних методів.

На ранньому етапі концепція проєкту передбачає використання методів

маркетингу (публікація анонсів, заохочення до приєднання до каналу та чату), соціології та психології. Упродовж реалізації проєкту буде здійснюватися контроль та облік робіт, динаміки показників, робитимуться прогнози розвитку проєкту. У разі потреби підходи до комунікаційних платформ будуть видозмінюватися і регулюватися відповідно до вимог. Проєкт попри своє соціальне спрямування має бути фінансово життєздатним, тобто бути рентабельним і відповідати вкладеним інвестиціям.

1.5 Ступінь новизни.

Комунікаційна стратегія компанії “QArea”, спрямована на вирішення актуальних теоретичних і практичних завдань, що мають виняткове соціально культурне значення. Технологічний аспект з точки зору новизни має модернізаційний характер, тобто вже наявні системи та підходи для реалізації даного проєкту будуть удосконалені та оновлені.

Комунікація — процес та результат обміну інформацією. Ефективні комунікації — обмін інформацією, на основі якого керівник отримує можливість прийняття ефективних рішень та доводить до співробітників прийняті рішення [Плотников].

Багато теоретиків і практик менеджменту згодні з твердженням, що комунікації — головна перешкода на шляху досягнення цілей організації. Основна причина низької ефективності комунікацій в організаціях полягає в забутті факту, що комунікація — це обмін. У ході обміну обидві сторони відіграють активну роль: недостатньо лише передати інформацію — необхідно, щоби інша сторона сприйняла її [Почепцов 2000].

Сама ідея комунікаційного проєкту має інноваційний характер та досі не використовується в обраній для впровадження ІТ-компанії. Завдяки інновації вдасться покращити комунікацію всередині компанії та командний дух. Проєкт міститиме практичну та теоретичну новизну, яку потім зможуть використовувати й

інші компанії.

Інновація створена на основі наявного способу, що застосований до відкритих явищ та стосується системної структури компанії. Джерелом інновації є ідея раціоналізувати комунікації всередині компанії та зробити це якомога швидше. Це організаційно-управлінський вид інновації, що веде до змін в організаційному механізмі та системі управління, удосконалює їх.

РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ ПЛАН РОЗРОБКИ ПРОЄКТУ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА

2.1 Стан виконання робіт за проєкт до моменту його схвалення.

Щодо здійснення покладених завдань та сталих принципів можна докладно дізнатись з наступних розділів.

2.1. Стан виконання робіт за проєкт до моменту його схвалення.

✓ досліджено та обґрунтовано наукові аспекти	70%
✓ досліджено та обґрунтовано технічні аспекти	74%
✓ проведено теоретичні та експериментальні дослідження	80%
✓ розроблено технологію, ескізний і технічний проєкт	95%
✓ розроблено робочу документацію, створено дослідні зразки	70%
✓ наявні необхідні права на об'єкти інтелектуальної власності	76%
✓ проведено соціальні дослідження	80%
✓ наявність матеріально-технічної бази	95%
✓ наявність необхідного персоналу	90%
✓ визначено та узгоджено фінансування проєкту	80%
✓ визначено та узгоджено місце виконання проєкту	95%
✓ досліджені та виявлені ключові та спеціальні ознаки проєкту	87%
✓ проведений додатковий аналіз потреб аудиторії та морального значення	70 %

✓ обумовлений статус керівництва та регулювання проекту	75 %
---	------

2.2 Календарний план виконання робіт за проектом

Календарний план виконання робіт представлено у таблиці нижче.

2.2 Таблиця “Календарний план виконання робіт за проектом”.

№ п/ п	Найменування робіт	Виконавець	Термін	Необхідні обсяги фінансування, тис. гривень
1.	Обговорення та розробка стартової форми проекту	HR Manager, HR Director, HR Brand Manager	1 місяць	50 тис. грн
2.	Вивчення початкової форми проекту, перевірка наявних та майбутніх перспектив та проблем	HR Manager, HR Director, HR Brand Manager	1 місяць	50 тис. грн
3.	Створення контент-плану	Content Manager	1 місяць і далі на постійній основі	100 тис. грн

4.	Погодження контент-плану з HR Director	Content Manager, HR Director	1 тиждень	10 тис. грн
5.	Надання технічного завдання дизайнеру щодо картинок	Content Manager, дизайнер	1 тиждень	30 тис. грн
6.	Постійний пошук цікавих новин зі сфери IT	Content Manager	на постійній основі	100 тис. грн
7.	Оформлення кінцевого вигляду проєкту, фінальне доповнення	Content Manager, дизайнер	2 тижні	50 тис. грн
8.	Перші тестування проєкту	Content Manager, HR Manager, HR Director, HR Brand Manager	2 тижні	50 тис. грн

9.	Презентація готового продукту, додаткові впровадження та важливі технічні особливості	Content Manager, HR Manager, HR	1 тиждень	30 тис. грн
----	---	---------------------------------------	-----------	-------------

2.3 Організація заходів.

Стислий перелік технологічних процесів:

- 1) Обговорення та розробка стартової форми проєкту;
 - 2) Створення контент-плану постів в Telegram;
 - 3) Погодження контент-плану з HR Director;
 - 4) Надання ТЗ дизайнеру;
 - 5) Інформативне та художнє оформлення каналу та чату;
 - 6) Кінцеве оформлення каналу та постійні пости;
 - 7) Залучення працівників до каналу та чату;
 - 8) Додаткові важливі впровадження і постійне наповнення каналу та модерація чату.
- *Опис наявних і необхідних для виробництва устаткування і приміщень.* Загальне виробництво — офіси «QArea» в Києві, Харкові, Львові та Черкасах. Устаткування — комп'ютерне забезпечення компанії з технологічного відділу, комп'ютерна наявна та придбана апаратура.
 - *Кількість і кваліфікація виробничого персоналу.* Сукупна кількість працівників — 5 осіб. Серед них — HR Director, HR Manager, HR Brand Manager, Content Manager, дизайнер з відповідною кваліфікацією. Всі працівники мусять мати відповідний практичний досвід та теоретичні знання, теоретичну підготовку.

Можливе додаткове залучення професійних кадрів. В подальшій реалізації проєкту розглядається вакансії для стажерів: дизайнера проєкту та контент-менеджера телеграм-каналу.

РОЗДІЛ 3. ОЧІКУВАНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ПРОЄКТУ

3.1 Економічна ефективність проєкту

Згідно із зазначеними попередньо особливостями та принципами передбачаються така лінія ефективності проєкту. *4.1. Економічна ефективність проєкту.*

Розроблений проєкт відповідає економічній статистиці ефективного плану.

Економічна доцільність реалізації проєкту.

Згідно із розписаними комерційними правилами, фінансовими показниками та таблицями), пропонується проєкт внутрішньої комунікації відповідає усім нормам та можливим ситуаціям щодо витрат та окупності. Поступова реалізація буде відбуватись при належному матеріальному забезпеченні та наявності (відповідних) спеціалістів. Своєчасна оплата праці дасть змогу реалізувати проєкт у визначений термін. Економічні ризики будуть спрогнозовані та враховані разом з окремим бюджетом для непередбачуваних витрат.

Термін окупності проєкту.

Строки окупності описані в пункті 2. *Характеристики проєкту*, підпункті 2.2. *Реферат проєкту*, розділах “*Витрати на реалізацію проєкту і строк його окупності*” та “*Оцінка ефективності проєкту*”. Згідно з раніше наведеними розрахунками окупність проєкту може бути досягнута за кілька місяців після його реалізації, коли будуть повною мірою оцінені масштаби позитивного впливу на покращення комунікації всередині компанії.

Прибутковість проєкту.

Прибутковість проєкту можлива за умов комерційного розповсюдження створеної системи внутрішніх комунікацій. В майбутньому планується розширювати систему на регулярній добровільній та оплачуваній основі.

3.2 Соціальна ефективність проєкту.

Соціальний ефект досліджується в пункті 2. *Характеристики проєкту*, підпункті 2.2. *Реферат проєкту* (розділах “*Вирішення проблем загальнодержавного, регіонального або галузевого рівня*”, “*Організаційні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і/або соціальної сфери*”, “*Оцінка ефективності проєкту*”), підпунктах 2.3. *Масштаб проєкту* та 2.4. *Спрямованість проєкту*. Соціальна ефективність проєкту визначатиметься на двох рівнях: локальному (ступінь задоволеності самих працівників компанії) та загальнодержавному і світовому (йдеться про покращення внутрішніх комунікацій в інших компаніях).

Центральною соціальною спрямованістю проєкту є його комунікаційна ініціатива. Шляхом покращення внутрішньої комунікації ми досягнемо розуміння між працівниками, підвищимо командний дух та покращимо репутацію компанії. Це також сприятиме реалізації місії та цінностей компанії.

Завдяки корпоративному каналу у Telegram та чату для спілкування стане можливим досягнення позитивних змін в організації заходів з точки зору умов діяльності персоналу: забезпечуватиметься належний рівень комунікації між працівниками, підвищуватиметься ініціативність персоналу, створюватиметься сприятливий психологічний клімат в колективі. Заради цього проводитимуться додаткові опитування, моніторинги та тестування, які прояснюватимуть реальне ставлення працівника всередині організації до колег, керівництва. Ефективність проєкту із соціальної точки зору буде оцінена відповідними експертами, його якісні та кількісні характеристики для певних категорій населення та груп в межах компанії.

Обґрунтування вибору месенджера у Додатку А.

3.3 Інші види ефектів.

Науково-технічний ефект. Ця частина докладно описувалась в пунктах 2. *Характеристики проекту* та 3. *Організаційний план розробки проекту та організації виробництва*. Комунікаційний проект організації “QArea” матиме високий технічний рівень, що даватиме змогу конкурувати з іншими новаціями схожого характеру. Система передбачає міжнародне науково-технічне співробітництво, отримання нових результатів, взаємний обмін науково-технічними здобутками, підвищення кваліфікації персоналу та робітників, використання вітчизняних та закордонних технологій.

Комунікаційний проект прискорить науково-технічний розвиток. Водночас враховуватиме усі ризики, пов’язані з необхідністю збільшення витрат на розвиток досліджень, реалізації інновацій та експертних оцінок.

Культурно-розважальний ефект. Ця частина в стислих рисах висвітлювалась в пунктах 2. *Характеристики проекту* та 3. *Організаційний план розробки проекту та організації виробництва* у підпунктах та розділах. Культурно-розважальний ефект проекту пов’язаний з попереднім пунктом – новітніми технологіями та розробками. Саме завдяки їм будуть створюватися контент-наповнення (додаток Б), які надалі формуватимуть культуру самої компанії і стосунків у ній. Візуальні та аудіоматеріали сприятимуть кращому засвоєнню інформації.

РОЗДІЛ 4. АНАЛІЗ ПОТЕНЦІЙНИХ РИЗИКІВ ПРОЄКТУ

Виконання поставлених завдань та непередбачуваних ситуацій можливе через виявлення та аналіз усіх потенційних ризиків та критичних моментів проєкту.

Управління ризиками проєкту — це страховка, за допомогою якої можна вчасно врятувати важливу складову проєкту, будь то гроші, час або якість. До того ж, профілактичні заходи часто виходять дешевше і швидше вирішення проблем, що виникли.

Управління ризиками проєкту починається з аналізу. Завдання аналізу — порівняти заощаджені ресурси, якщо ризик був прийнятий, але не реалізувався з витратами на його вирішення.

4.1 Основні фактори ризику проєкту

Ризики, що належать до загальної соціально-економічної ситуації. Нестабільна політична та економічна ситуація в країні та за кордоном, зміна політичних орієнтирів, коливання політичного курсу, слабкість та погіршення політичного керівництва, внутрішньо та зовнішньо політична та економічна потреба в розробці інших важливих проєктів, фінансові коливання, нестабільність ринкової сфери, зміна соціального інтересу та потреби в необхідних для країни і зовнішнього світу речах, внутрішні та зовнішні конфлікти, соціальна неврівноваженість, соціальна невідповідність чи відсторонення, техногенні та екологічні катастрофи, стан довкілля та охорони здоров'я тощо.

Кадрові ризики. Звільнення окремих посад, що включені у проєкт, труднощі з виконанням плану.

Технічні ризики. Нестабільне з'єднання з мережею Інтернет. Несанкціоноване втручання або збій у роботі платформи Telegram.

4.2 Управління ризиками

Політичні ризики. Нестабільна політична ситуація всередині країни, зміна політичного керівництва та гармонійного адміністративного курсу може серйозно

впливати на стандартну реалізацію поставленого проєкту відповідно до покладених завдань та принципів. Ці ризики впливають на зміну керівництва та регуляції проєкту, забезпеченні стабільної атмосфери всередині колективу та чіткого і мобільного впровадження цього плану та вдоволення потреб працівників.

Для мінімізації впливу цих ризиків необхідні такі заходи:

- Постійний моніторинг політичної сфери щодо покращень чи погіршень та з'ясування, прогноз того, як це вплине на тактичне виконання проєкту.
- Канал та чат буде без пропагування політичних ідеологій та особистостей у прямій чи непрямій формі у системі комунікацій, проте все діятиме на засадах демократії, верховенства права, свободи думки та слова, а також поваги до людської гідності.

Економічні ризики. Нестабільна політична та економічна ситуація всередині країни виробництва проєкту та світу, зміна економічного курсу, інфляція, криза, підвищення цін та затрат, коливання ринку впливатимуть на матеріальне та кадрове забезпечення проєкту. Описані ризики можуть суттєво змінити фінансовий стан проєкту через рішення адміністративного керівництва, позначитися, зокрема, на зарплатах працівників. Ці негаразди можуть спричинити неналежне виконання поставлених робіт проєкту та його доступний запуск.

Для уникнення цих ризиків розглядаються такі заходи:

- постійний моніторинг економічної сфери;
- переглядатися та втілюватимуться сутнісні економічні стратегії та схеми щодо розумних економічних витрат та матеріальних винагород з урахуванням потенційних ризиків та критичних ситуацій, які вплинуть на функціонування проєкту;
- розглядатимуться способи некомерційного втілення поставлених задач з мінімально можливим чи нульовим залученням коштів;
- припинення діяльності компанії у випадку недостатнього фінансового забезпечення чи надмірних збитків, часткове чи повне припинення діяльності

внаслідок виникнення цих ризиків та очікування відповідної можливості для повернення початкового планування. Передбачається також припинення усієї діяльності внаслідок незворотних економічних наслідків та катастроф, які перешкоджатимуть та погіршуватимуть реалізацію;

- допомога експертів з економічних питань та порад спонсорських фондів. Ця підтримка передбачає узгодження власних тактик та стратегій економічного забезпечення комунікаційних платформ та обговорення нових рішень спеціалістів з економічної діяльності та консультацій від спонсорів та осіб, які можуть додатково забезпечувати виконання мети проєкту.

Соціальні ризики. Нестабільна соціальна ситуація всередині країни виробництва проєкту та світу, зміна політичного керівництва та гармонійного адміністративного управління, яка впливає на населення, соціальна нестабільність, внутрішні та зовнішні конфлікти та заворушення впливають на збереження та підтримку зворотнього зв'язку з аудиторією та встановленню контакту з нею. Через такі чинники можливе часткове або повне зникнення інтересу до проблем внутрішньої комунікації в компанії. Аналогічно це може вплинути на психологічний та фізичний стан керівництва, працівників та виконавців проєкту, через що реальний ризик відмови від проєкту.

Для уникнення цих ризиків можливі наступні заходи:

- рекреаційні заходи психологічного стану виконавців проєкту, емоційне здоров'я яких може бути порушене нестабільною соціальною ситуацією. Будуть виявлятись та вирішуватись усі можливі соціально-психологічні ризики, у разі потреби буде реорганізований робочий процес, впроваджуватиметься певний комплекс процедур, які допоможуть встановити психологічний баланс у колективі. В офісі будуть розташовані окремі зони відпочинку з невеликою «зеленою зоною» та ігровою для відновлення;
- зміна соціальної спрямованості проєкту через відповідні потреби суспільства. Аби не зашкодити чийсь — буде проведений додатковий аналіз критичної ситуації та розробка іншої стратегії та кінцевого вигляду проєкту;

- об'єднання та примирення в неспокійний час. Головною метою проєкту є гуманітарна функція сполучення мешканців усіх міст та регіонів. Відповідний контент комунікаційного проєкту буде орієнтований на налагодження позитивних і продуктивних соціальних настроїв.

Виробничі ризики. Наведені попередньо ризики та пов'язані із цим причини першочергово та закономірно впливають на функціональність проєкту. Підвищення витрат на реалізацію, соціальна та професійна підготовка колективу, безперешкодне проведення технічних та організаторських робіт, здійснення робіт впливають на втілення комунікаційного проєкту.

Для уникнення цих ризиків розглядаються такі заходи:

- постійний моніторинг політичної, економічної, ринкової та виробничої сфер;
- аналіз проєкту щодо підготовки, робочих можливостей виконавців, розробки та технічної підтримки;
- всі заходи, описані в розділах “політичні”, “економічні” та “соціальні ризики”, які впливатимуть на загальну робочу здатність описаного проєкту.

Наведені попередньо ризики мають високий ступінь загрози для комунікаційного проєкту. Цей негативний стан може бути позбавлений повністю чи, за певних нестандартних умов, частково зменшений та призупинений за допомогою розробленого комплексу адміністративних колективних заходів, які дадуть змогу досягти успішного кінцевого результату.

Відповідний кваліфікаційний стаж працівників, технічне оснащення та гуманітарна позиція організації унеможливають раптові ризики або ж мінімізують їх, та підтримуватимуть цей статус впродовж усіх етапів реалізації проєкту.

Перешкоди при комунікаціях у процесі управління та шляхи їх усунення

В організаційних комунікаціях можуть виникнути певні перепони.

1. Спотворення повідомлень. Воно може бути навмисним, коли особа спотворює якесь повідомлення з певною метою. Це то, можливо фільтрація, тобто. особа, яка передає повідомлення, щось спеціально приховує від отримувача.

Повідомлення може спотворюватися через розбіжність статусів, рівнів.

2. Інформаційні навантаження. У цьому випадку перешкоди можуть виникнути через великий обсяг інформації, неможливість і невміння з боку менеджера відбирати дійсно потрібну та важливу інформацію.

3. Незадовільна структура організації. Проблемою багатьох підприємств є невиправдано ускладнена структура організації, у якій інформація хіба що «плутується», спотворюється чи неправильно трактується.

4. Незадовільний кадровий склад.

5. Конфлікти між різними групами чи підрозділами.

Шляхів подолання перешкод у процесі комунікації існує достатньо (кваліфікований менеджер, який має великий досвід роботи, може володіти своїми власними секретами подолання перешкод) [Верхоглазенко 28].

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

1. Пропонована стратегія може поєднувати різноманітні комунікаційні технології задля утворення цілісної структури та ефективнішого налагодження зв'язку. Основним каналом обміну внутрішньою інформацією було обрано створення окремого корпоративного каналу та чату в месенджері Telegram для працівників з всіх офісів.

2. Структурний опис комунікаційного проєкту — створення корпоративного каналу та чату для спілкування працівників компанії “QArea” призначений для успішного виконання у встановлені терміни з урахуванням усіх характеристик, плану розробки та організації, очікуваної ефективності та потенційних ризиків.

3. Для реалізації проєкту будуть створені: закритий канал (QArea Official) та чат (QArea Official Chat) в Telegram. Їх завдання — налагодження зв'язку між керівництвом, департаментами та працівниками.

4. Доступ до такої комунікації матимуть винятково ті, хто є в штаті компанії. Це дасть змогу не лише допомогти встановити зв'язок між працівниками, але й створить можливість звернень до керівництва та топ-менеджменту у чаті за допомогою хештегів. Основною ж частиною корпоративного каналу буде своєрідна новинна стрічка, в якій адміністратори публікуватимуть найважливіші новини організації у формі інтерактивних текстових та аудіовізуальних матеріалів. Сповідатимуть про досягнення працівників, команд та усього проєкту. Це **дасть змогу** наочно продемонструвати ефективність роботи кожного підрозділу та їхні здобутки за відведений проміжок часу. Передбачаються також відео та текстові звернення керівництва стосовно ключових та вирішальних моментів роботи організації.

5. Для досягнення взаєморозуміння між працівниками компанії та керівництвом та налагодження комунікації буде створено окремий чат для спілкування працівників з усіх офісів (Київ, Харків, Львів та Черкаси). Суттєві питання виноситимуться на загальне обговорення, проводитимуться голосування,

опитування серед зацікавлених членів організації, а також можна буде прокоментувати ту чи іншу проблему або ж спосіб її вирішення.

6. Комунікаційна стратегія передбачає інтерактивне та модерне ознайомлення аудиторії з діяльністю компанії “QArea” в інтернеті завдяки спеціальним тематикам та зворотному зв’язку. Шляхом оригінальної подачі матеріалів будуть поширені актуальні дані про компанію, її новини та новини зі сфери ІТ. Також публікуватиметься розважальний контент.

7. Пропонований комунікаційний проєкт планується розмістити в мережевому просторі в закритому (для внутрішнього користування) форматі. Розробкою займатиметься команда HR-ів та при підтримці відділу маркетингу. Остаточний проєкт матиме вигляд закритого каналу новин для працівників компанії та закріпленого до нього чату для спілкування. Загальна кількість підписників — 300 людей з усіх офісів (зміна чисельності підписників корегуватиметься відповідно до умов розвитку компанії).

8. Внутрішній корпоративний канал в Telegram вирішуватиме таку низку організаційних та адміністративних завдань: повідомлення про новини компанії, прихід нових співробітників та звільнення, корисну інформацію для технічних позицій, новини зі сфери ІТ, привітання з державними та іншими святами, днями народження, повідомлення про майбутні події для різних професій тощо. Таким чином будь-який працівник буде в курсі останніх новин компанії та ІТ-сфери. Завдання корпоративного єдиного чату — налагодити комунікацію між департаментами та керівництвом з усіх офісів. Шляхом публікації відео та текстових звернень члени керівництва зможуть доступніше доносити свою позицію щодо тих чи інших питань до усіх працівників. А колеги зможуть поставити пряме питання до керівництва або топ-менеджменту у чаті. Це має поліпшити комунікацію всередині компанії.

9. Головним напрямом проєкту є його культурна та інформаційна місія для об’єднання і зміцнення ділових та дружніх зв’язків серед офісів компанії з різних міст.

10. Готовий тестовий варіант внутрішньої комунікації буде продемонстрований спершу керівництву компанії, а надалі й для широкого кола працівників.

11. З метою реалізації проєкту компанії планується безперервне залучення передових технічних розробок, провідних українських стартапів та унікальних ідей. В майбутньому на його основі можна буде окреслити функціональну модель, якою зможуть послуговуватися й інші компанії в Україні. Це сприятиме зміцненню комунікаційних інновацій. Вітчизняний науково-технічний потенціал поповниться розробленою системою комунікацій. Реалізований проєкт можна буде популяризувати, доповнювати та розвивати його заради ефективного досягнення результатів.

12. Без перебільшення, комунікацію можна вважати необхідною умовою життєдіяльності людини та однією з основ існування суспільства, оскільки суспільство – це, насамперед, ті зв'язки та взаємини, до яких вступають його члени. Усі аспекти діяльності пронизані комунікацією.

Завдяки цьому проєкту є змога налагодити взаємозв'язок у колективі, між департаментами та керівництвом. Також це буде сприяти підвищенню командного духу та єдності у компанії між працівниками з офісів з різних міст. Комунікації — життєво важлива ланка між керівником і підлеглими, є інструментом внутрішньосистемної координації, допомагають отримувати інформацію всіх рівнях управління. Дослідження різних організаційних структур показують, що комунікація відіграє у розвитку організації як цілісного організму.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Безродна С. М. Б40 Управління якістю : навч. посіб. для студентів економічних спеціальностей / Безродна С. М. – Чернівці: ПВКФ «Технодрук», 2017. – 174 с.
2. Вахрушев В. Принципи японського управління. – М.: ФОЗБ, 1992.
3. Верхоглазенко У. Система комунікацій у створенні // Консультант директора. – 2008. – №4. – С. 23-34
4. Деминг Э. Д30 Выход из кризиса: Новая парадигма управления людьми, системами и процессами / Эдвардс Деминг ; Пер. с англ. – 5-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2012. — 419 с.
5. Крылова М. Д. Управление проектами в книжном деле: учеб. пособие / М. Д. Крылова. – Москва : МГУП, 2008.
6. Николаева Ж.В. Основы теории коммуникации : уч.-метод. пособ. / Ж.В. Николаева. – Улан-Удэ : ВСГТУ, 2004. – 274 с.
7. Менеджмент: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. /за ред. Г. В. Щокіна. – Київ : МАУП, 2007. – 816 с.
8. Плотников М.В. Эффективные коммуникации в организации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.elitarium.ru/2008/11/26/kommunikacii_organizacija.html
9. Почепцов, Г. Г Комуникативні технології двадцятого століття / Г. Д. Почепцов. – Київ: Рефл-бук, 2000. – 352 с.
10. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. – К.: Видавничий центр "Київський університет", 1999. – 308 с.
11. Різун В.В. Теорія масової комунікації [Електронний ресурс] / В.В. Різун. – Режим доступу : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=1>
12. Чалдини Р. Социальная психология. Влияние.- СПб.: Прайм- ЕВРОЗНАК, 2012.- 412 с.

ПРЕЗЕНТАЦІЯ ПРОЄКТУ

Фотографії Telegram-каналу та прив'язаної до нього групи для комунікації. Вид та оформлення.

Рис. 1 — оформлення каналу, його назва та загальна інформація.

Рис. 2 — так виглядає канал, де згодом будуть публікуватися пости згідно контент-плану (Додаток Б). Перше повідомлення вже опубліковане для того, щоб побачити як це виглядає. Перед початком роботи Telegram-каналу цей пост буде видалено та буде опублікований новий згідно плану та часу публікацій.

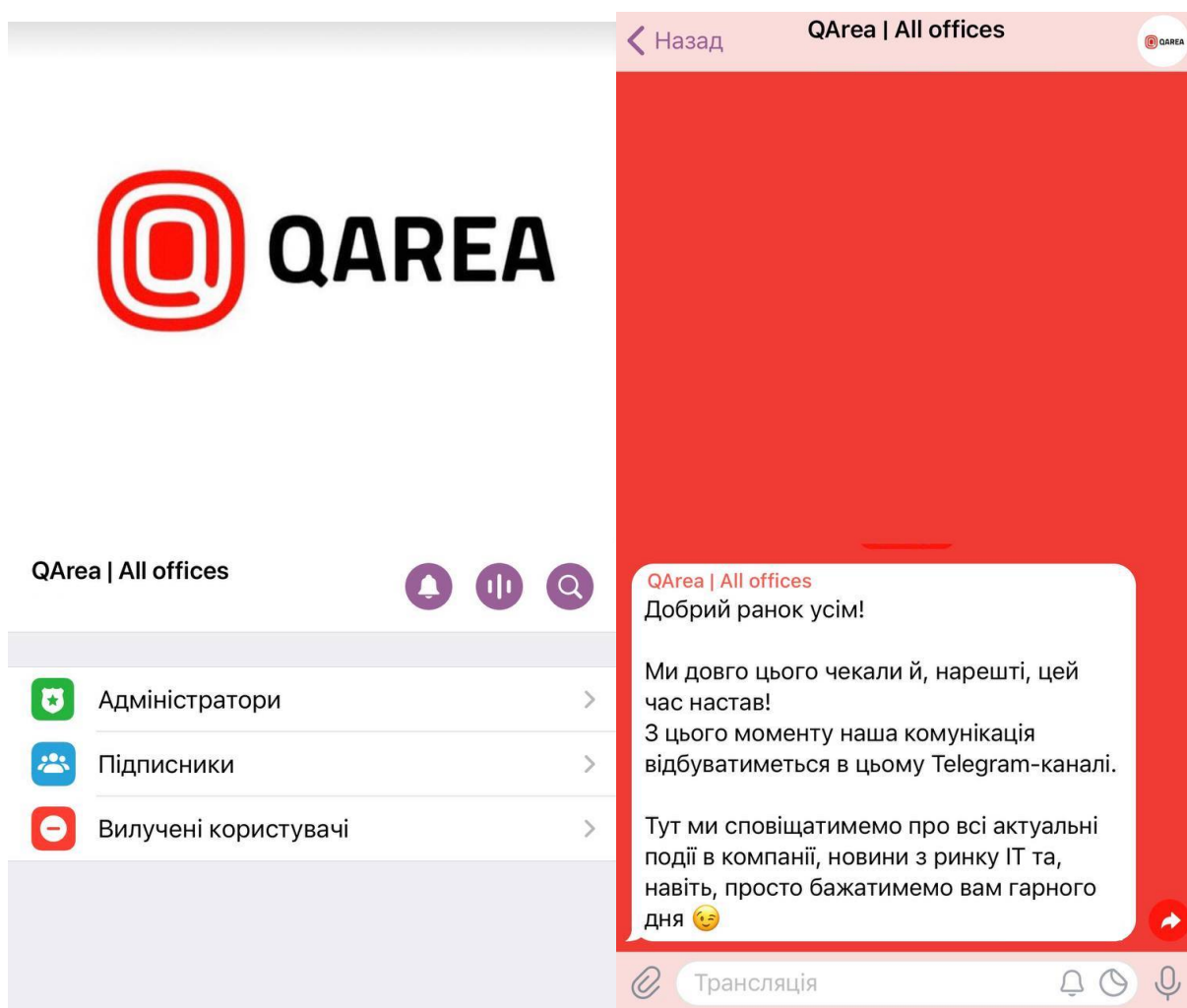


Рис 1 та 2 — Telegram-канал “QArea | All offices”

Рис. 3 — оформлення групи, її назва, функції (тип групи, запрошувальні посилання, прив'язаний канал) та інформація про неї (опис, учасники, дозволи, адміністратори, вилучені користувачі).

Рис. 4 — так виглядає чат, де згодом будуть спілкуватися люди та відповідати на новини від каналу “QArea | All offices”.

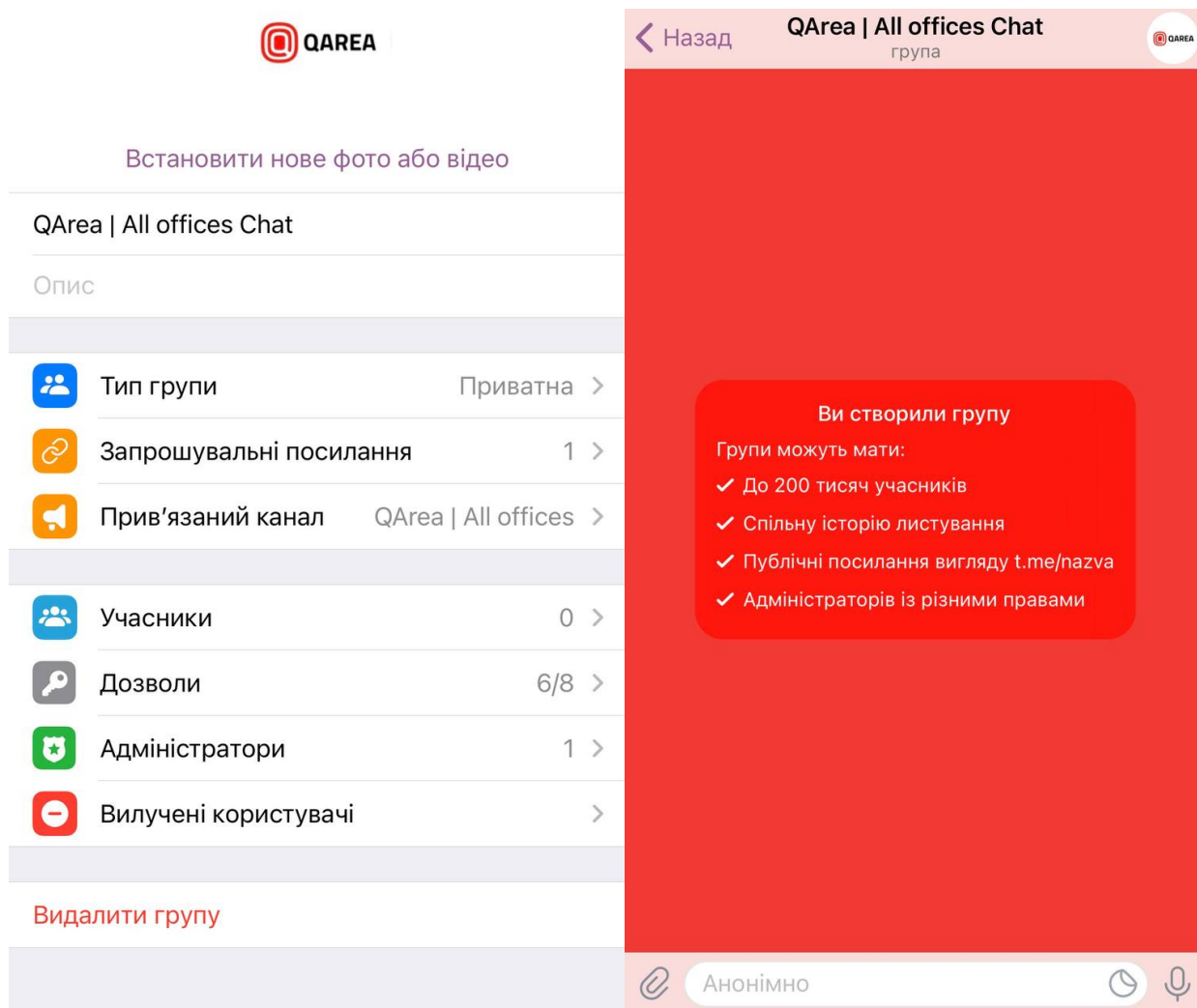


Рис. 3 та 4 — Група, що прив'язана до каналу “QArea | All offices” називається “QArea | All offices Chat”.

ДОДАТКИ

Проект “Розробка концепції системи внутрішньої комунікації в ІТ-компанії” — дослідження, таблиця №1, таблиця №2.

ДОДАТОК А

Дослідження “Переваги Telegram над іншими месенджерами (Viber, WhatsApp)”.

Ключові відмінності Telegram:

1) Хмарне збереження всього листування (виключення – секретні чати), яке одночасно доступне на всіх пристроях, де авторизований користувач. У Viber та WhatsApp є лише backup (резервне копіювання), проте це займає багато пам'яті на телефоні.

2) Можливість бачити історію листування у групових чатах. У групових чатах, коли учасники, що тільки приєдналися, мають можливість бачити всю, що передувало його входу, історію повідомлень. Швидко відфільтрувати історію на наявність у ній: посилань, відео, аудіо, голосових повідомлень, фотографій, інших файлів.

3) Хештеги. На відміну від Viber та WhatsApp у Telegram є можливість додавання хештегів у повідомлення та подальшого пошуку по них.

4) Відповідь на конкретне повідомлення. У Telegram та Viber дуже зручно реалізована можливість відповідати на повідомлення, чого немає в WhatsApp.

5) Можливість залишити активне посилання в тексті. Відкриття посилання відбувається прямо в месенджері, без переходу до браузера.

6) Функція запрошення за посиланнями так само добре реалізована і в групових чатах, де можна запрошувати нових учасників, просто відправляючи посилання як запрошення. Можливість однаково добре реалізована як на мобільних пристроях, так і РС.

7) Тривалість голосового повідомлення (voice message) до 60 хвилин. У Viber — 5 хвилин, WhatsApp — 5 хвилин.

8) Можливість передачі та хмарного зберігання файлів до 1,5 Гб. Така функція

дуже важлива, коли вся команда працює віддалено.

9) Надсилання повідомлень самому собі. Досить часто буває необхідність швидко передати текст набраний на РС собі у телефон чи фотографію, будь-який інший файл.

10) Максимальна кількість учасників в групі в Telegram становить 5000. У Viber — 250, WhatsApp — 256.

11) Також дуже важливий параметр безпеки. Навіть найкрасивіша і найприємніша програма буде марною, якщо вона не дає певного рівня захисту та конфіденційності. Вважається, що в цьому раунді Viber проти Telegram виграє другий месенджер — протоколи шифрування MTProto Proxy (MTProto Proxy або MTProху — це мережевий протокол сімейства MTProto нового покоління, розроблений командою Telegram. Трафік шифрується за криптографічним протоколом MTProto, на основі якого шифруються всі дані в інфраструктурі Telegram) набагато надійніше звичайного наскрізного шифрування в першій програмі. В цілому, можливості конфіденційного спілкування в додатках збігаються — можливо працювати з чорним списком, створювати повідомлення, що самознищуються. У Viber є приховані чати (доступні тільки за пін-кодом), а в Телеграм — секретні, яке ніхто сторонній не може прочитати.

12) При натисканні на фото людини в чаті — відразу відкриється інформація про профіль та змога почати чат. Не потрібно, як Viber і WhatsApp перш ніж написати людині додати його в контактну книгу, зробивши з десяток зайвих кліків.

Таким чином, за всіма перевагами було обрано месенджер Telegram для побудови системи внутрішньої комунікації в компанії “QArea”.

Наведена нижче таблиця А.1 містить порівняльну інформацію про Viber, WhatsApp та Telegram. Плюс у колонці означає, що функція є, а мінус — немає.

Таблиця А.1 — Порівняльна таблиця месенджерів

Функціонал	WhatsApp	Viber	Telegram
Голосові дзвінки	+	+	+
Дзвінки на звичайний номер	+	+	+
Відеодзвінки	+	+	+
Групові чати	+	+	+
Хмарне сховище	-	-	+
Збережені файли (особистий чат)	-	+	+
Користування через ПК	-	+	+
Відеоповідомлення	+	+	+
Архів чатів	+	-	+

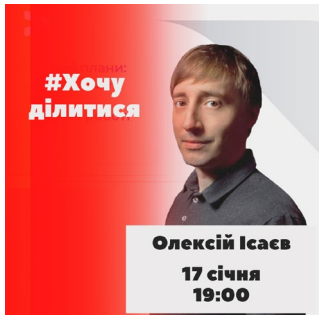
ДОДАТОК Б





Контент-план на два тижні (з 3-го по 14-те січня 2022 року).



Цей контент-план (таблиця Б. 1) створений контент-менеджером. План публікацій буде узгоджений з HR- директором. Усі правки будуть внесені до початку роботи Telegram-каналу.


Таблиця Б.1 — Контент-план на два тижні

Дата і час	Текст	Візуал
03.01. 2022 9:00	<p>Добрий ранок усім!</p> <p>Ми довго цього чекали й, нарешті, цей час настав!</p> <p>З цього моменту наша комунікація відбудуватиметься в цьому Telegram-каналі.</p> <p>Тут ми сповіщатимемо про всі актуальні події в компанії, новини з ринку ІТ та, навіть, просто бажатимемо вам гарного дня :)</p>	
04.01. 2022 10:00	<p>Привіт усім!</p> <p>Сьогодні День запитань!</p> <p>Що це за день спитаєте ви?</p> <p>А це унікальна можливість поставити питання, попросити поради від будь-якої людини в нашій компанії.</p> <p>Не забувайте тегати людину, якій ставите питання :)</p>	

<p>05.01. 2022 12:00</p>	<p>#хочуділитися</p> <p>У нас є цікава рубрика під назвою #хочуділитися. У ній кожен працівник може розповісти про успіх або ж факап у своїй роботі. І не тільки у роботі :)</p> <p>З радістю та натхненням ділимося історіями успіху талантів компанії “QArea”.</p> <p>Олексій Ісаєв 17 січня розповість в вебінарі для усіх охочих, як він розбудовує напрямок Gaming за західними стандартами.</p> <p>Після вебінару ви зможете:</p> <p>Визначитися: вам подобається створювати ігри чи грати в них?</p> <p>Аналізувати ігри, в які граєте.</p> <p>Вивчати нове про розробників ігор по відеокурсах в інтернеті.</p> <p>Участь у вебінарі абсолютно безкоштовна! Ви або ж ваші друзі можуть зареєструватися за посиланням.</p>	
----------------------------------	---	---

<p>06.01. 2022 17:00</p>	<p>Робочий тиждень завершено! Смачної куті та гарних свят! До зустрічі у понеділок!</p>	
<p>07.01. 2022 10:00</p>	<p>Компанія “QArea” вітає вас с Різдвом Христовим та бажає здоров'я вам, вашій сім'ї та рідним. Нехай щастя та достаток будуть у кожному домі!</p>	
<p>10.01. 2022 10:00</p>	<p>Привіт усім! Бажаємо гарного понеділка та продуктивної роботи увесь тиждень. Нагадуємо, що збираємося об 11:00 на спільну каву та солодощі. А ті, хто працює віддалено — можуть доєднатися у Zoom за посиланням. Не забудьте зварити каву або чай та прихопити гарний настрій!</p>	
<p>11.01. 2022 12:00</p>	<p>Увага! Вже 1 лютого в “QArea” стартує безплатне навчання для всіх, хто має бажання розвиватися як професійний Talent Sourcer. 👁️ Завдання Talent Sourcer — вести активний пошук кандидатів відповідно до вимог вакансій та розвивати бренд роботодавця. Десять кращих випускниць та випускників</p>	

	<p>програми продовжать співпрацю з “QArea” 🙌</p> <p>Як потрапити на навчання? Необхідно заповнити реєстраційну форму на сайті qarea.com та чекати на інструкції, що придуть на вказаний e-mail.</p> <p>Надсилайте цей пост тому, хто мріє почати працювати в сфері IT та має розвинені soft skills 🙌</p>	
<p>12.01. 2022</p> <p>12:00</p>	<p>Потрапити в ситуацію, коли хтось з оточуючих втратив свідомість та перестав дихати — дійсно страшно.</p> <p>Завтра ми проведемо майстер-клас з першої невідкладної допомоги (BLS — Basic Life Support): Людмила Білека, інструкторка курсу «BLS Американського коледжу хірургів та Комітету травми, проведе лекцію та</p> <p>Сподіваємось, що ніхто не потрапить до ситуації, де такі навички можуть стати в пригоді. Але, як то кажуть, обізнаний — значить озброєний.</p> <p>Ставаймо відповідальними за своє здоров'я та життя! 🙌</p>	
<p>13.01. 2022</p> <p>12:00</p>	<p>Рубрика #цікавознати</p> <p>Пропонуємо прочитати статтю у вільний від роботи час та дізнатися чому корпоративна культура й ком'юніті тісно пов'язані.</p>	

	<p>Культура створюється та підтримується компанією, а ком'юніті — це те, як культура продовжує жити.</p> <p>Як виникають ком'юніті та про вплив спільнот на корпоративну культуру читайте в колонці Alex Lutskiy для Entrepreneur.</p> <p>Посилання: https://www.entrepreneur.com/article/384510</p>	
<p>14.01. 2022 18:00</p>	<p>Наш робочий тиждень завершено! Бажаємо всім гарних вихідних та відпочинку. До зустрічі в понеділок!</p>	 <p>Ура, п'ятниця! Гарних вихідних!</p>