

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

до організації самостійної роботи
та проведення практичних занять
із навчальної дисципліни

«ОРГАНІЗАЦІЯ СЕРВІСНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»

*(для здобувачів другого (магістерського) рівня
вищої освіти всіх форм навчання
зі спеціальності 073 – Менеджмент)*

Харків
ХНУМГ ім. О. М. Бекетова
2023

Методичні рекомендації до організації самостійної роботи та проведення практичних занять із навчальної дисципліни «Організація сервісної діяльності» (для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти всіх форм навчання зі спеціальності 073 – Менеджмент) / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова ; уклад. О. І. Угоднікова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2023. – 27 с.

Укладач канд. екон. наук О. І. Угоднікова

Рецензент

І. М. Писаревський, доктор економічних наук, професор кафедри туризму і готельного господарства Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова

Рекомендовано кафедрою туризму і готельного господарства, протокол № 1 від 28 серпня 2023 р.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
1 Структурно-логічна схема дисципліни.....	6
2 Роль сервісу в сучасному бізнесі	7
3 Створення моделі якості сервісу	8
4 Стратегії клієнт-орієнтованого сервісу	11
5 Маркетингові стратегії для підприємств сфери послуг	12
6 Управління якістю у сфері послуг	14
7 Управління персоналом у сфері послуг	16
8 Аналіз сучасних тенденцій у глобальній сфері послуг	17
9 Аналіз впливу культурних та історичних особливостей на функціонування підприємств сфери послуг	19
10 Інновації та штучний інтелект у туризмі	21
Список рекомендованих джерел	22
Додаток А	25

ВСТУП

Програма вивчення дисципліни «Організація сервісної діяльності» складена відповідно до місця та значення дисципліни за структурно-логічною схемою, передбаченою освітньо-професійною програмою підготовки магістра зі спеціальності 073 – Менеджмент.

Сучасний світ відзначається швидкими змінами, підвищеною конкуренцією і високими вимогами споживачів до якості обслуговування. Сфера послуг стає все більш важливою складовою глобальної економіки, і підприємства сфери послуг відчують потребу у вдосконаленні своєї сервісної діяльності. Отже, вивчення організації сервісної діяльності стає актуальним завданням для майбутніх фахівців у сфері менеджменту.

Сервісна діяльність охоплює широкий спектр галузей, від готельного бізнесу і ресторанів до туризму та консалтингу. Організація і управління сервісною діяльністю вимагає специфічних знань і навичок. Підприємства сфери послуг повинні не лише надавати якісні послуги, але і забезпечувати клієнт-орієнтований підхід та дотримання стандартів якості. Викликом є також адаптація до змін в економічному середовищі та впровадження інновацій.

Метою вивчення дисципліни «Організація сервісної діяльності» є надання студентам системних знань і практичних навичок щодо організації та управління сервісною діяльністю на підприємствах різних галузей. Завдання курсу:

- усвідомити основні концепції і теорії сервісної діяльності;
- набути навичок аналізувати й оцінювати якість сервісу та клієнтську задоволеність;
- навчитися розробляти стратегії і плани для поліпшення сервісного обслуговування;
- набути навичок управління персоналом і ресурсами у сфері послуг;
- впроваджувати інноваційні підходи та технології для оптимізації сервісу.

Отримані знання і навички в галузі організації сервісної діяльності стануть важливим активом для студентів у подальшій професійній діяльності. Вони зможуть успішно працювати у сферах готельного бізнесу, ресторанного господарства, туризму, консалтингу, а також керувати якістю на власних підприємствах сфери послуг. Упровадження клієнт-орієнтованих стратегій та вдосконалення сервісних процесів забезпечують актуальність курсу для майбутніх фахівців сфери послуг.

1 СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ДИСЦИПЛІНИ

Теоретичні, розрахункові і практичні положення дисципліни студенти вивчають у процесі роботи над лекційним курсом, при виконанні самостійної роботи з навчальною літературою. Метою викладання навчальної дисципліни «Організація сервісної діяльності» є надання студентам необхідних теоретичних знань і практичних навичок для успішної роботи та розвитку кар'єри у сучасному готельному та туристичному бізнесі, зосереджуючись на реалізації стандартів якості обслуговування клієнтів, ефективному управлінні ресурсами та підготовці до роботи в індустрії туризму та гостинності.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти отримують навички та кваліфікації щодо:

- здатності аналізувати сегментації ринку і визначати цільову аудиторію на підставі вимог і побажань споживачів, розробляючи стратегії, спрямовані на задоволення їхніх потреб;
- набуття навичок визначення ключових показників задоволеності клієнтів і здатності збирати та аналізувати дані стосовно задоволеності клієнтів з метою постійного поліпшення якості сервісу;
- уміння розробляти та впроваджувати стандарти обслуговування й процедури, спрямовані на забезпечення високого рівня сервісу на підприємствах готельної та туристичної галузей;
- здатності ефективно комунікувати з клієнтами та гостями, враховуючи їхні індивідуальні потреби та запити, і забезпечувати персонал відповідними навичками для такої комунікації;
- уміння ефективно вирішувати конфлікти та ситуації незадоволеності клієнтів, забезпечуючи їхню задоволеність та лояльність до підприємства;
- навичок управління персоналом та ресурсами з метою оптимізації сервісних процесів та забезпечення високої продуктивності команди;

– навичок планування та реалізації програм підвищення якості сервісу на підприємствах індустрії гостинності, з урахуванням інноваційних підходів і технологій.

На практичних заняттях студенти можуть готувати доповіді за списком тем (дод. А).

2 РОЛЬ СЕРВІСУ В СУЧАСНОМУ БІЗНЕСІ

Ділова гра «Сервісний магнат».

Мета гри: вивчення реальних прикладів компаній, які успішно використовують концепції та стратегії сервісу для досягнення конкурентних переваг.

Необхідні ресурси:

– презентація з описом компаній та їхніми успішними стратегіями сервісу;

– список питань для обговорення;

– фішки або символи для учасників гри.

Порядок проведення гри:

1. Вступна частина (15 хв): ведучий розповідає про мету гри та коротко вводить учасників у тему. Він також представляє список компаній, які будуть досліджуватися під час гри.

2. Представлення компаній (20 хв): для кожної обраної компанії ведучий надає коротку інформацію про її сферу діяльності, історію, концепції та стратегії сервісу, які вона використовує для досягнення успіху.

3. Обговорення (60 хв): учасники розподіляються на групи. Кожна група вибирає одну з компаній для подальшого аналізу. Вони мають обговорити, які саме аспекти сервісу допомогли цій компанії стати успішною, які стратегії вона використовує для залучення та утримання клієнтів і які навички та відомості важливі для її працівників.

4. Презентація результатів (30 хв): кожна група представляє свої висновки іншим учасникам. Вони розповідають про обрану компанію, її успішні стратегії та важливість сервісу для бізнесу.

5. Застосування отриманих знань (30 хв): учасники гри мають можливість випробувати роль керівника сервісного підприємства та прийняти рішення щодо вдосконалення сервісу, які вони вивчили на реальних прикладах. Гра включає симуляцію управління сервісом та вирішення завдань щодо поліпшення якості обслуговування.

6. Висновок (10 хв): ведучий підводить підсумки гри та наголошує на важливості вивчення й застосування концепцій сервісу для успішної діяльності підприємств.

Гра «Сервісний магнат» допоможе учасникам розглянути і оцінити реальні приклади успішних стратегій сервісу та навчитися застосовувати їх у власному професійному житті.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Аналіз і порівняльна оцінка сервісних стратегій двох компаній. Завдання:

1. Обрати дві компанії з різних галузей сфери послуг. Можливі варіанти: одна компанія з галузі готельно-ресторанного бізнесу, інша – із галузі туризму. Важливо, щоб обрані компанії мали чітко виражені стратегії та концепції обслуговування клієнтів.

2. Збір інформації: детально проаналізувати обидві компанії. Дослідити їхню історію, цілі та місію, концепції сервісу, стратегії взаємодії з клієнтами, технологічні рішення, які вони використовують для поліпшення обслуговування.

3. Порівняння: порівняти дві обрані компанії за такими параметрами:

- які концепції сервісу використовуються;
- які стратегії обрані для залучення та утримання клієнтів;
- які використовуються технології для поліпшення обслуговування;

– яким чином вирішуються конфлікти та як компанія взаємодіє з незадоволеними клієнтами;

– які плани та стратегії розвитку обрані компанією надалі.

4. Написання звіту: написати звіт, у якому розповісти про результати дослідження та надати порівняльну оцінку обраних компаній. Зазначити, яка з компаній, має більше конкурентних переваг у сфері сервісу. Звіт має містити висновки про те, які важливі висновки можна зробити на підставі дослідження обраних компаній та які рекомендації потрібно надати іншим підприємствам, які бажають поліпшити свою сервісну діяльність. Завдання допоможе глибше проаналізувати стратегії сервісу та набути практичних навичок аналізу компаній у сфері послуг.

3 СТВОРЕННЯ МОДЕЛІ ЯКОСТІ СЕРВІСУ

Створення моделей якості сервісу для різних видів бізнесу з урахуванням ключових показників. Завдання:

1. Вибір сфери бізнесу: обрати одну сферу бізнесу для дослідження, наприклад: готельно-ресторанний бізнес, туризм, рекреація тощо.

2. Аналіз ключових показників: визначити основні показники якості сервісу, які є важливими для обраної сфери бізнесу, зокрема час очікування, рівень задоволення клієнтів, вартість обслуговування, реакція на відгуки клієнтів тощо.

3. Створення моделі: створити математичну модель, яка описує якість сервісу для обраної сфери бізнесу. Модель повинна враховувати ключові показники та їх взаємозв'язок. Можна використовувати статистичні дані, опитування клієнтів, теоретичні матеріали тощо.

4. Тестування моделі: застосувати модель до реальних даних або ситуацій обраної сфери бізнесу. Протестувати, чи добре вона передбачає результати і якість обслуговування.

Написати звіт, у якому представити результати свого дослідження та висновки. Надати рекомендації щодо поліпшення якості сервісу в обраній сфері бізнесу на підставі обраної моделі. Завдання допоможе набути навичок створення моделей якості сервісу та їх застосування в практичних ситуаціях для різних видів бізнесу.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Розробка стратегії поліпшення якості на підставі моделей якості сервісу.

Завдання:

1. Вибір організації: обрати конкретну організацію або підприємство (може бути реальним чи уявним) із будь-якої сфери бізнесу, де якість обслуговування є ключовим фактором успіху.

2. Аналіз якості сервісу: детально проаналізувати якість обслуговування в обраній організації. Використати моделі якості сервісу, які вивчалися під час курсу, для оцінки поточного стану.

3. Визначення проблем та можливостей: визначити основні проблеми та можливості для поліпшення якості сервісу в обраній організації, що може включати питання щодо часу очікування, якості взаємодії з клієнтами, реакцію на відгуки тощо.

4. Розробка стратегії: на підставі визначених проблем і можливостей розробити стратегію поліпшення якості обслуговування в обраній організації. Стратегія повинна бути конкретною, реалізованою в практичних кроках та враховувати моделі якості сервісу.

5. Висновки та рекомендації: написати звіт, у якому представити свою стратегію поліпшення якості сервісу для обраної організації. Надати рекомендації щодо її впровадження та моніторингу результатів.

Завдання допоможе студентам застосувати свої знання щодо моделей якості сервісу на практиці і розробити конкретну стратегію для поліпшення якості обслуговування в обраній організації.

4 СТРАТЕГІЇ КЛІЄНТ-ОРІЄНТОВАНОГО СЕРВІСУ

Гра «Сервісний майстер» – інтерактивне навчальне середовище, де учасники мають нагоду вивчити та випробувати різні стратегії та методи взаємодії з клієнтами з метою поліпшення їх задоволеності та забезпечення лояльності.

Правила гри:

Вибір бізнес-сценарію: учасники обирають один з бізнес-сценаріїв, зокрема ресторан, готель, туристична фірма тощо. Кожен сценарій вирізняється певними особливостями та цільовою аудиторією.

Аналіз клієнтів: учасники аналізують поточний стан клієнтів в обраному сценарії. Вони вивчають відгуки клієнтів, їхні очікування та потреби.

Розробка стратегії: кожен учасник розробляє свою власну стратегію взаємодії з клієнтами. Вони обирають інструменти та методи, які вважають найбільш ефективними для поліпшення задоволеності та забезпечення лояльності.

Взаємодія з клієнтами: учасники втілюють свої стратегії в діях, взаємодіють із віртуальними клієнтами або реальними людьми (залежно від можливостей гри).

Оцінка результатів: після взаємодії з клієнтами учасники оцінюють результати своєї стратегії на підставі показників задоволеності та лояльності клієнтів.

Рефлексія та корекція: учасники обговорюють свої дії та результати з іншими гравцями та тренерами. Вони можуть внести корективи у свої стратегії та випробувати їх ще раз.

Підсумок гри: гра завершується аналізом та обговоренням важливих висновків щодо того, як поліпшити взаємодію з клієнтами та забезпечити їх лояльність. Гра «Сервісний майстер» дозволить учасникам навчитися ефективно взаємодіяти з клієнтами та розробляти стратегії для поліпшення якості обслуговування у різних бізнес-сценаріях.

5 МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ

Аналіз маркетингових стратегій у сфері послуг. У цьому практичному завданні студентам потрібно проаналізувати й обґрунтувати ефективність різних маркетингових стратегій, специфічних для сфери послуг, а саме: реклама, створення бренду, управління репутацією та відгуками клієнтів.

Крок 1: вибір сфери послуг.

Обрати конкретну сферу послуг, з якою вони будуть працювати протягом завдання. Це може бути ресторан, готель, туристичне агентство, онлайн-платформа тощо.

Крок 2: вибір маркетингової стратегії.

Обрати для аналізу одну з таких маркетингових стратегій:

– рекламна стратегія: дослідити, як реклама впливає на залучення клієнтів до обраного виду послуг та визначити її ефективність;

– стратегія створення бренду: проаналізувати, як створення та управління брендом впливають на сприйняття послуг і лояльність клієнтів;

– управління репутацією та відгуками клієнтів: вивчити, як позитивні та негативні відгуки впливають на репутацію послуг та розробити стратегії управління репутацією.

Крок 3: аналіз та обґрунтування стратегії.

Проаналізувати обрану маркетингову стратегію у контексті обраної сфери послуг. Оцінити, як ця стратегія впливає на залучення клієнтів, збереження лояльності та підвищення рентабельності послуг. Обґрунтувати висновки та надати рекомендації щодо можливих поліпшень.

Крок 4: презентація результатів.

Представити свої результати аналізу на практичному занятті, обговорити їх з однокурсниками та викладачем і поділитися думками щодо ефективності обраної маркетингової стратегії у сфері послуг.

Завдання допоможе студентам поглибити свої знання у сфері маркетингу послуг та розвинути навички аналізу та обґрунтування маркетингових стратегій.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Розроблення та оцінювання маркетингового плану для обраного підприємства. Завдання:

1. Вибір підприємства: обрати певне підприємство (наприклад, ресторан, готель, туристичне агентство або інше підприємство сфери послуг), яке цікавить, і з яким ви будете працювати протягом виконання завдання.

2. Аналіз ситуації: докладно проаналізувати ринкове середовище, зокрема конкурентну ситуацію, потреби та очікування клієнтів, макроекономічні та соціокультурні фактори, що впливають на підприємство.

3. Формулювання маркетингових цілей: визначити конкретні маркетингові цілі та завдання для обраного підприємства, наприклад: збільшити обсяг продажів, підвищити відомість бренду, поліпшити задоволеність клієнтів тощо.

4. Розроблення маркетингових стратегій та заходів: створити маркетинговий план, зокрема обрані стратегії та тактики, що допоможуть досягти цілей. Розглянути елементи, а саме: продуктова політика, ціноутворення, просування та розповсюдження.

5. Бюджет та ресурси: скласти маркетинговий бюджет та розподілити ресурси для впровадження плану.

6. Моніторинг та оцінка результатів: після впровадження маркетингових заходів, провести моніторинг та зібрати дані щодо їхньої ефективності. Визначити, чи були досягнуті маркетингові цілі та як можна покращити стратегії.

Підготувати звіт, у якому представити маркетинговий план, результати його впровадження та висновки щодо ефективності заходів. Під час обговорення звіту на практичному занятті обмінятися думками з однокурсниками та викладачем і подискутувати про можливі шляхи поліпшення маркетингового плану для підприємства.

Завдання допоможе студентам розвинути навички розроблення та оцінювання маркетингових планів у реальних умовах та зрозуміти, як

впровадження стратегій може вплинути на результати підприємства у сфері послуг.

6 УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ У СФЕРІ ПОСЛУГ

Застосування концепції управління якістю в готельному бізнесі. Кейс: ви є менеджером великого готелю, вас попросили вивчити та застосувати концепцію управління якістю (Total Quality Management – TQM) для поліпшення обслуговування клієнтів і підвищення конкурентоздатності готелю. Готель останнім часом зазнавав певних проблем, зокрема незадовільна задоволеність клієнтів і зростаюча конкуренція на ринку готельних послуг.

Завдання:

1. Дослідження та аналіз ситуації: проаналізувати ситуації в готелі, включаючи вивчення відгуків клієнтів, оцінку якості обслуговування, а також визначення основних проблем та викликів.

2. Розроблення стратегії TQM: розробити стратегію впровадження концепції управління якістю (TQM) у готелі. Визначити ключові принципи та підходи TQM, які будуть використовуватися для поліпшення сервісу і якості обслуговування.

3. План дій: скласти детальний план дій щодо впровадження обраної стратегії, включаючи часові рамки, відповідальних осіб та необхідні ресурси.

4. Упровадження та моніторинг: реалізувати обрану стратегію та провести моніторинг її ефективності. Зібрати дані та відгуки клієнтів під час упровадження стратегії та після її застосування.

5. Аналіз результатів: оцінити результати впровадження TQM. Як змінилася якість обслуговування? Якими є відгуки клієнтів? Які ефективні практики були виявлені, а які, можливо, потрібно коригувати?

6. Звіт і рекомендації: підготувати звіт, у якому представити результати впровадження TQM, а також рекомендації щодо подальших кроків щодо підвищення якості обслуговування та конкурентоздатності готелю.

Кейс допоможе студентам зрозуміти, як концепція управління якістю може бути застосована у сфері послуг, а також, як розробити та впровадити стратегію для поліпшення якості обслуговування на прикладі готельного бізнесу.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Кроки завдання:

1. Аналіз ситуації: почати з аналізу сучасного стану ресторану. Вивчити відгуки клієнтів, провести анкетування співробітників та клієнтів для збору інформації про проблеми та недоліки.

2. Визначення цілей: сформулювати цілі для поліпшення якості обслуговування та продуктів, наприклад: «зменшити час очікування на замовлення до 10 хв» або «підвищити задоволеність клієнтів на 20 % протягом року».

3. Створення плану дій: розробити детальний план дій для досягнення цілей. Включити в нього такі аспекти, як поліпшення якості навчання персоналу, вдосконалення процесів приготування страв, оновлення меню, ініціювання програми лояльності тощо.

4. Визначення відповідальних осіб: призначити відповідальних для кожного пункту плану. Вони будуть відповідати за виконання завдань та відстеження результатів.

Після завершення виконання плану скласти звіт, у якому представити результати й рекомендації для подальших заходів.

Завдання дозволить студентам вдосконалити практичне застосування відомостей щодо управління якістю та розробити конкретний план для поліпшення якості обслуговування на прикладі ресторану.

7 УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У СФЕРІ ПОСЛУГ

Ділова гра «Service Management Challenge» призначена для вивчення особливостей управління персоналом у сфері послуг, включаючи процеси найму, навчання та мотивації співробітників. Гра також спрямована на навчання та вдосконалення навичок ефективного управління персоналом.

Правила гри:

1. Учасники діляться на групи, які представляють різні сфери послуг, такі як готелі, ресторани, туристичні агентства тощо.

2. Кожна група отримує завдання запустити та керувати власним підприємством у сфері послуг, що включає найм персоналу, організацію навчання, побудову мотиваційних систем та розв'язання різних ситуацій.

3. Гра розділяється на раунди, кожен з яких відповідає певному аспекту управління персоналом. Наприклад, перший раунд може бути присвячений найму, другий – навчанню, третій – мотивації.

4. Кожен раунд починається з отримання початкового бюджету для гри. Учасники повинні приймати рішення щодо витрат на найм, навчання та мотивацію персоналу.

Після кожного раунду гравці обговорюють свої рішення та вчаться на прикладі інших учасників. Гра закінчується аналізом результатів і вивченням ключових висновків щодо управління персоналом у сфері послуг. Гра спрямована на таке:

- вивчити особливості управління персоналом у сфері послуг;
- вдосконалити навички найму, навчання та мотивації співробітників;
- навчитися приймати стратегічні та тактичні рішення щодо управління персоналом;
- усвідомити важливість ефективного управління персоналом для успішної сфери послуг. Завдання: проаналізувати цілі сталого розвитку відповідно до ключових економічних індикаторів їх оцінки.

8 АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ У ГЛОБАЛЬНІЙ СФЕРІ ПОСЛУГ

Дослідження та аналіз актуальних тенденцій у сфері послуг на світовому ринку. Метою цієї практичної роботи є вивчення актуальних тенденцій у сфері послуг на світовому ринку, їх аналіз і висновки щодо їх впливу на бізнес у цій галузі.

Завдання для студентів:

1. Підготовка до дослідження:

– обрати сферу послуг, яка цікавить найбільше (туризм, ресторанний бізнес, онлайн-послуги тощо);

– скласти план дослідження, визначити основні аспекти, які будуть досліджуватися.

2. Збір інформації:

– здійснити літературний пошук та зібрати інформацію про актуальні тенденції в обраній сфері послуг на світовому ринку;

– використати різні джерела інформації, такі як наукові статті, звіти компаній, новини тощо.

3. Аналіз інформації:

– проаналізувати зібрану інформацію та визначити основні тенденції, які впливають на сферу послуг в обраному секторі;

– визначити, які фактори впливають на ці тенденції та як вони впливають на бізнес у цій галузі.

Підготувати письмовий звіт, у якому потрібно відобразити результати дослідження та зробити висновки щодо актуальності тенденцій у сфері послуг на світовому ринку. Звіт повинен містити рекомендації щодо того, як бізнеси можуть адаптуватися до цих тенденцій та використовувати їх на свою користь.

Підготувати коротку презентацію своїх результатів і представити їх перед аудиторією або викладачем.

Обговорити результати та висновки з іншими студентами та викладачем, порівняти їх з результатами інших груп.

Практична робота допоможе студентам зрозуміти, які фактори впливають на сучасну сферу послуг, і навчити їх аналізувати ринкові тенденції та приймати рішення в цій галузі.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Аналіз розвитку сучасних глобальних брендів і їх адаптація до змін у споживчому попиті та технологічних інноваціях. Метою цього завдання є проведення детального аналізу розвитку кількох сучасних глобальних брендів у різних галузях та вивчення того, як вони успішно адаптувалися до змін у споживчому попиті та технологічних інноваціях.

Завдання для студентів:

1. Вибір глобальних брендів: вибрати 2-3 глобальні бренди у різних галузях (технології, мода, харчування тощо), які цікавлять.

2. Збір інформації: зібрати інформацію щодо історії та розвитку кожного обраного бренду. Дослідити, які зміни в споживчому попиті відбулися протягом останніх 5–10 років та які технологічні інновації вплинули на галузь, у якій діють ці бренди.

3. Аналіз адаптації: проаналізувати, як обрані бренди адаптували свої продукти або послуги до нових вимог споживачів та технологічних змін. Визначити успішні стратегії, які вони використовували для забезпечення свого росту та конкурентоздатності.

Підготувати письмовий звіт, у якому представити результати свого аналізу для кожного обраного бренду. Звіт повинен містити інформацію про зміни в стратегіях брендів та їхню реакцію на зміни на ринку.

Провести коротку презентацію результатів дослідження перед аудиторією або викладачем. Обговорити результати та висновки, порівняти адаптаційні стратегії різних брендів та їхній вплив на їх успішність у глобальному бізнесі.

Завдання допоможе студентам поглибити знання щодо того, як успішні глобальні бренди реагують на зміни на світовому споживчому ринку та використовують їх на свою користь.

9 АНАЛІЗ ВПЛИВУ КУЛЬТУРНИХ ТА ІСТОРИЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ НА ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ

Гра «Глобальний культурний лабіринт».

Опис гри. Гра призначена для вивчення впливу культурних та історичних факторів на підприємства сфери послуг. Учасники гри будуть виконувати роль менеджерів міжнародних компаній, які намагаються розширити свій бізнес на світовому ринку послуг.

Метою гри є вивчення й розуміння впливу культурних та історичних аспектів на стратегії і діяльність підприємств сфери послуг на міжнародному ринку.

Правила гри. Кожен учасник обирає міжнародну компанію, яку буде представляти протягом гри. Компанії можуть бути з різних галузей сфери послуг. Учасники проводять дослідження культурних та історичних особливостей країн, де їхня компанія планує розширювати бізнес. Вони вивчають традиції, цінності, споживчі попити та інші культурні особливості цих країн. На підставі отриманої інформації учасники розробляють стратегії входу на ринок та наближення до місцевих споживачів. Вони враховують культурні фактори під час визначення своєї стратегії. Учасники гри стикаються з ситуаціями, де їхні стратегії та дії можуть спричинятися культурними аспектами. Вони повинні вирішити, як реагувати на ці виклики та адаптувати свою стратегію. Кожен учасник презентує свою стратегію перед іншими гравцями. Вони пояснюють, як враховували культурні та історичні фактори у своїй діяльності.

Гра завершується обговоренням та висновками про те, як культурні та історичні фактори впливають на підприємства сфери послуг і як їх можна врахувати для досягнення успіху на міжнародному рівні.

Гра «Глобальний культурний лабіринт» допоможе студентам зрозуміти важливість адаптації бізнесу до культурних особливостей різних країн та розвинути навички прийняття рішень у міжнародному середовищі.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Вплив культурних аспектів на бізнес. Метою цього завдання є дослідження впливу культурних аспектів на обслуговування клієнтів, маркетинг та управління персоналом у сфері послуг. Студенти мають дослідити, як різні культурні особливості можуть впливати на бізнес, та вжити відповідних заходів для адаптації.

Інструкція. Кожен студент обирає одну країну (Японія, Індія, Франція тощо), у якій буде проведено аналіз впливу культурних аспектів. Студенти повинні дослідити та описати основні культурні особливості обраної країни, зокрема цінності, норми поведінки, традиції, табу та інші аспекти; аналізують, як культурні особливості впливають на спосіб обслуговування клієнтів у цій країні, чи є особливі вимоги або очікування від клієнтів; досліджують, як бізнеси адаптують свої маркетингові стратегії для врахування культурних аспектів, чи вносять зміни в рекламу, продуктову стратегію або цінову політику для відповідності місцевим уподобанням; досліджують, як управління персоналом враховує культурні аспекти, чи проводять тренінги з культурної чутливості, як керівництво ставиться до різних культур у колективі.

На підставі проведеного дослідження потрібно підготувати письмовий звіт, у якому вони аналізують вплив культурних аспектів на обслуговування клієнтів, маркетинг та управління персоналом в обраній країні. Звіт має містити рекомендації щодо адаптації бізнесу до культурних особливостей.

Студенти презентують свої результати перед групою, обговорюють та обмінюються досвідом.

10 ІННОВАЦІЇ ТА ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У ТУРИЗМІ

Аналіз стратегій упровадження штучного інтелекту у сфері послуг.

Мета завдання: дослідити стратегії впровадження штучного інтелекту (далі – ШІ) у сфері послуг за участю успішних вітчизняних та іноземних підприємств, проаналізуйте, як підприємства використовують ШІ для поліпшення обслуговування та здобуття конкурентних переваг.

Інструкції:

1. Вибір підприємства: кожна група студентів обирає одне вітчизняне та одне іноземне підприємство зі сфери послуг (готельний бізнес, ресторан, туристичне агентство тощо).

2. Дослідження використання ШІ: студенти досліджують, які конкретно системи ШІ використовують обрані підприємства, що може включати автоматизацію процесів, використання чат-ботів, аналіз даних для покращення обслуговування тощо.

3. Аналіз стратегій: студенти аналізують, які стратегії впровадження ШІ вибрали обрані підприємства, як вони інтегрують ШІ в свою діяльність та які результати це забезпечує

4. Оцінка впливу: студенти оцінюють вплив впровадження ШІ на якість обслуговування та конкурентоздатності підприємств: чи покращилося задоволення клієнтів, чи зросла ефективність?

5. Підготування звіту: на підставі проведеного дослідження студенти готують письмовий звіт, у якому вони аналізують стратегії впровадження ШІ та їхній вплив на обрані підприємства у сфері послуг. Звіт має містити рекомендації для інших підприємств, які планують упровадження ШІ.

6. Презентація результатів: студенти презентують свої результати перед групою, де вони можуть обговорити та обмінюватися досвідом.

Це завдання допоможе студентам із використанням ШІ у сфері послуг та розвинути навички аналізу стратегій.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Угоднікова О. І. Організація сервісної діяльності : конспект лекцій для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти всіх форм навчання зі спеціальності 073 – Менеджмент / О. І. Угоднікова ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2023. – 90 с. – Існує електрон. версія. (Режим доступу: <https://eprints.kname.edu.ua/63428/1/2021%20%D0%BF%D0%B5%D1%87.%20175%D0%9B%20%D0%A3%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%9E%D0%86.pdf>, вільний).
2. Кононенко О. Ю. Актуальні проблеми сталого розвитку [Електрон. ресурс] : навч.-метод. посіб. / О. Ю. Кононенко. – Електрон. текст. дані. – Київ : ДП «Прінт сервіс», 2016. – 109 с. – Режим доступу: <http://elib.chdtu.edu.ua/e-books/4160>, вільний (дата звернення: 20.02.2023). – Назва з екрана.
3. Малюк Л. П. Сервісологія і сервісна діяльність [Електрон. ресурс] : навч. посіб. / Л. П. Малюк, О. М. Варипаєв, А. В. Зіюлковська. – Електрон. текст. дані. – Харків : ХДУХТ, 2009. – 211 с. – Режим доступу: <http://elib.chdtu.edu.ua/e-books/2927>, вільний (дата звернення: 20.02.2023). – Назва з екрана.
4. Малюк Л. П. Сервісологія [Електрон. ресурс] : підручник / Л. П. Малюк, О. М. Варипаєв. – Електрон. текст. дані. – Харків : ХДУХТ, 2011. – 258 с. – Режим доступу: <http://elib.chdtu.edu.ua/e-books/2938>, вільний (дата звернення: 20.02.2023). – Назва з екрана.
5. Машир Н. П. Ресторанний сервіс та секрети гостинності [Електрон. ресурс] : навч. посіб. / Н. П. Машир, А. П. Пасюк. – [2-ге вид., доп. і випр.]. – Електрон. текст. дані. – Київ : Кондор, 2016. – 392 с. – Режим доступу: <http://elib.chdtu.edu.ua/e-books/2677>, вільний (дата звернення: 20.02.2023). – Назва з екрана.

6. Побережна М. П. Комунікаційні стратегії забезпечення стратегічного розвитку підприємств хлібопекарської галузі : автореф. дис. ... канд. економ. наук : 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / М. П. Побережна. – Київ, 2014. – 23 с. – Існує електрон. версія. (Режим доступу: <http://dspace.nuft.edu.ua/bitstream/123456789/19033/1/Poberezhna%20aref%202003.pdf>, вільний).

7. Сервісологія та сервісна діяльність [Електрон. ресурс] : конспект лекцій для здобувачів освітнього ступеня «магістр» усіх форм навчання спеціальностей 242 – Туризм та 241 – Готельно-ресторанна справа / Л. Л. Івашина ; М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. – Електрон. текст. дані. – Черкаси : ЧДТУ, 2018. – 133 с. – Режим доступу: <http://elib.chdtu.edu.ua/e-books/2763>, вільний (дата звернення: 20.02.2023). – Назва з екрана.

8. Угоднікова О. І. Роль соціальних технологій у розвитку туристської сфери регіону // О. І. Угоднікова, М. Ю. Кутнікова, Д. О. Тіхонова // Коммунальное хозяйство городов. – Харків : ХНУМГ, 2014. – С. 53–55.

9. Сучасні та майбутні глобальні тенденції в готельній індустрії. Готелі майбутнього. Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності : тези доп. міжнар. наук.-практ. конф., Львів, 26–27 лист. 2020 р. / М-во освіти і науки України, ЛДУФК ім. Івана Боберського ; [уклад. М. Воробель]. – Львів : 2020. – С. 30–33.

10. Організація сервісної діяльності : дистанційний навчальний курс [Електрон. ресурс]. – Електрон. текст. дані. – Режим доступу: <https://dl.kname.edu.ua/course/view.php?id=3112>, вільний (дата звернення: 20.02.2023). – Назва з екрана.

11. Угоднікова О. І. Цифровий публічний маркетинг як елемент інформаційної політики держави // Економіка та держава. – 2022. – № 2. – С. 94–96. – DOI: 10.32702/2306-6806.2022.2.94.

12. Digital Generation Y and Z in the Field of Tourism: Psychological Dimensions of Morality. Postmodern Openings [Electronic resource] / I. Pysarevskyi, I. Okhrimenko, N. Bogdan, S. Zharikova, N. Vlashchenko, I. Krasnokutska, O. Uhodnikova & I. Bloshchynskyi/ – Electronic text data. – 2022. – Vol. 13 (4). – P. 448–471. – Regime of access: <https://doi.org/10.18662/po/13.4/527>, free (date of the application: 20.02.2023). – Header from the screen.

ДОДАТОК А

Перелік тем для підготовки доповідей до практичних занять

1. Основні поняття та принципи сервісної діяльності.
2. Історія та еволюція сервісної галузі.
3. Основні складові якості сервісу.
4. Моделі та теорії організації сервісної діяльності.
5. Клієнт-орієнтований підхід у сервісній галузі.
6. Вплив технологічних інновацій на сервісну діяльність.
7. Маркетингові аспекти у сервісному бізнесі.
8. Управління якістю сервісу та стандартизація.
9. Лояльність клієнтів та її важливість для бізнесу.
10. Сервіс в готельному господарстві: особливості та тренди.
11. Організація сервісної діяльності в ресторанному бізнесі.
12. Сервіс у туризмі: відмінності від інших галузей.
13. Соціальна відповідальність у сервісній діяльності.
14. Організація обслуговування клієнтів у роздрібній торгівлі.
15. Аналіз конкурентної боротьби у сфері послуг.
16. Стратегії розвитку сервісного бізнесу.
17. Міжнародний аспект організації сервісної діяльності.
18. Ефективне управління персоналом у сервісній галузі.
19. Інновації в обслуговуванні клієнтів.
20. Аналіз індустрії розваг та розважального бізнесу.
21. Засоби комунікації з клієнтами: підходи та інструменти.
22. Концепції та методи управління конфліктами у сфері послуг.
23. Специфіка обслуговування в галузі охорони здоров'я.
24. Сервісні аспекти управління подією та гостинністю.
25. Здоров'я та безпека в сервісній галузі.
26. Сервісна культура та корпоративна соціальна відповідальність.
27. Аспекти психології споживача у сервісному бізнесі.
28. Застосування штучного інтелекту та аналітики в сервісній галузі.
29. Заходи кризового управління в сервісному бізнесі.
30. Тренди та перспективи розвитку сервісної галузі в майбутньому.

Електронне навчальне видання

Методичні рекомендації

до організації самостійної роботи
та проведення практичних занять
із навчальної дисципліни

«ОРГАНІЗАЦІЯ СЕРВІСНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»

*(для здобувачів другого (магістерського) рівня
вищої освіти всіх форм навчання
зі спеціальності 073 – Менеджмент)*

Укладач **УГОДНІКОВА** Олена Ігорівна

Відповідальний за випуск *Л. В. Оболенцева*

Редактор *О. А. Норик*

Комп'ютерне верстання *І. В. Волосожарова*

План 2021, поз. 431М

Підп. до друку 10.10.2023. Формат 60 × 84/16.
Ум. друк. арк. 1,6.

Видавець і виготовлювач:

Харківський національний університет
міського господарства імені О. М. Бекетова,
вул. Маршала Бажанова, 17, Харків, 61002.

Електронна адреса : office@kname.edu.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:

ДК № 5328 від 11.04.2017.

