

СЕМИКІНА М.В., ЗАЙЧЕНКО В.В.

Навчальний
посібник

МЕТОДОЛОГІЯ СУЧАСНИХ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ



опорний конспект лекцій
з практичними кейсами

Кропивницький – 2025

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Семикіна М. В., Зайченко В. В.

**МЕТОДОЛОГІЯ
СУЧАСНИХ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ:
опорний конспект лекцій
з практичними кейсами**

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК

Кропивницький
2025

Автори:

д.е.н., проф. Семикіна М. В., д.е.н., проф. Зайченко В. В.

Рецензенти:

МАЛЬСЬКА М.П., д.е.н., проф., завідувач кафедри туризму Львівського національного університету імені Івана Франка.

ПАСЄКА С.Р., д.е.н., проф., завідувач кафедри туризму і готельно-ресторанної справи Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького.

С51 Семикіна М.В., Зайченко В.В. Методологія сучасних наукових досліджень: опорний конспект лекцій з практичними кейсами. Навчальний посібник / за ред. д.е.н., проф. Семикіної М.В. – Кропивницький : КОД, 2025. – 168 с.

Навчальний посібник поєднує теоретичні основи методології наукових досліджень з практикою через розгляд кейсів, дискусій, розвиваючи критичне мислення та креативність. Особливістю навчального посібника є акцент на інтерактивних методах навчання, що дозволяє здобувачам формувати навички дослідницької роботи.

Для студентів, які здобувають вищу освіту з готельно-ресторанної справи та кейтерингу, економічних спеціальностей, викладачів, а також менеджерів, фахівців, яких цікавлять питання наукових досліджень на прикладі готельно-ресторанного бізнесу.

Розглянуто та рекомендовано до друку Вченою радою Центральноукраїнського національного технічного університету, протокол № 8 від 28 квітня 2025 р.

Розповсюдження і тиражування без дозволу авторів заборонено

ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
ЛЕКЦІЯ 1. Вступ до методології наукових досліджень.....	11
1. Предмет і завдання методології наукових досліджень	11
2. Наукове дослідження та його основні етапи: від вибору теми до публікації	14
Практичний кейс: розгляд на прикладі готельно-ресторанного комплексу відмінностей між «науковим дослідженням» і «досвідом».....	15
3. Класифікація досліджень (фундаментальні, прикладні, міждисциплінарні).....	17
Проблемні питання для дискусії по лекції 1	20
ЛЕКЦІЯ 2. Філософські основи наукового пізнання.....	21
1. Онтологічні та гносеологічні аспекти наукового пізнання об'єктивність, істина, наукова картина світу.....	21
2. Методологічні принципи наукового пізнання (системність, доказовість, критичність, прагматичність та етична відповідальність)	22
Практичні кейси: приклади прагматичного підходу у наукових дослідженнях проблем готельно-ресторанного бізнесу.....	27
3. Філософія як основа формування наукового світогляду дослідника	28
Практичний кейс: роль філософського підходу у дослідженнях ринку готельних послуг	30
Проблемні питання для дискусії по лекції 2	32
ЛЕКЦІЯ 3. Методи наукового дослідження.....	33
1. Загальнонаукові методи: аналіз, синтез, індукція, дедукція	33
2. Емпіричні методи: спостереження, експеримент, опитування (на прикладах з готельної індустрії).....	34
3. Теоретичні методи: моделювання бізнес-процесів у ресторанному бізнесі.....	35
Практичний кейс №1: використання опитувань для аналізу клієнтської лояльності в готелях.....	37

Практичний кейс №2: моделювання бізнес-процесів у ресторанному бізнесі	38
Проблемні питання для дискусії по лекції 3	40
ЛЕКЦІЯ 4. Наукова проблема та її формулювання	41
1. Сутність наукової проблеми: відмінність від практичного завдання.....	41
2. Критерії вибору проблеми.....	42
3. Формулювання проблеми у контексті готельно-ресторанного бізнесу.....	43
Практичний кейс: дослідження проблеми адаптації готельної мережі «Імпульс» до умов воєнного стану в Україні	45
Проблемні питання для дискусії по лекції 4	47
ЛЕКЦІЯ 5. Наукова гіпотеза та її перевірка.....	48
1. Гіпотеза як основа дослідження: вимоги до формулювання.....	48
2. Приклади гіпотез у сфері ресторанного та готельного маркетингу	50
3. Експериментальні та статистичні методи перевірки	51
Практичний кейс: наукова гіпотеза та її перевірка на прикладі мережі ресторанів «Пузата Хата».....	52
Проблемні питання для дискусії по лекції 5	54
ЛЕКЦІЯ 6. Планування наукового дослідження.....	55
1. Структура плану наукового дослідження: мета, завдання, хронологія, ресурси.....	55
2. Визначення SMART-цілей для дослідження	57
3. Вибір методів дослідження для готельно-ресторанних проєктів....	57
Практичний кейс №1: планування наукового дослідження на прикладі ресторану	58
Практичний кейс №2: приклади SMART-цілей для дослідження у сфері гостинності.....	60
Проблемні питання для дискусії по лекції 6	63
ЛЕКЦІЯ 7. Науковий експеримент	64
1. Види експериментів (лабораторні, польові, натуральні).....	64

2. Планування А/В тестування для оцінки ефективності рекламних кампаній готелів	65
3. Аналіз результатів експериментів на прикладі сфери гостинності: інтерпретація даних про завантаженість номерів	66
Практичний кейс: експеримент із впровадженням digital check-in у готелі	67
Проблемні питання для дискусії по лекції 7	69
ЛЕКЦІЯ 8. Обробка та аналіз наукових даних в процесі наукових досліджень	70
1. Статистичні методи (кореляція, регресія) для аналізу даних про доходи ресторанів та готелів	70
2. Візуалізація даних: інструменти для презентації результатів	71
3. Інтерпретація отриманих результатів дослідження у контексті готельного менеджменту	72
Практичний кейс: аналіз впливу погоди на доходи ресторану «Смачні сезони»	73
Проблемні питання для дискусії по лекції 8	75
ЛЕКЦІЯ 9. Наукова стаття та її структура	76
1. Вимоги до структури та змісту наукових статей	76
2. Стандарти оформлення наукових джерел. Правила оформлення списку використаних джерел в Україні	79
3. Написання анотації до статті про тренди ресторанного бізнесу	81
Практичне завдання	82
Проблемні питання для дискусії по лекції 9	83
ЛЕКЦІЯ 10. Основні види наукових робіт. Магістерська робота, дисертація, монографія	84
1. Види наукових робіт та їх роль для економіки та суспільства ...	84
2. Особливості магістерської роботи: прикладні дослідження для готельно-ресторанного бізнесу; вимоги до новизни	88
3. Дисертаційна робота: види, роль у розвитку науки та економіки. Вимоги до наукової новизни дисертацій	92
4. Монографія як джерело глибокого аналізу наукових проблем	98
Практичне завдання	99

Проблемні питання для дискусії по лекції 10	99
ЛЕКЦІЯ 11. Наукові дискусії та конференції	100
1. Форми наукових дискусій (панелі, круглі столи).....	100
2. Підготовка презентацій з використанням PowerPoint/Prezi	103
3. Правила публічного виступу: як презентувати дослідження про ресторанні інновації на науковій конференції.....	104
Практичне завдання №1: підготовка дискусії, презентація виступів.....	105
Практичне завдання №2: командна робота, виступи, презентації та дискусії, присвячені ресторанним інноваціям.....	106
Проблемні питання для дискусії по лекції 11	108
ЛЕКЦІЯ 12. Етика наукових досліджень.....	109
1. Принципи академічної доброчесності.....	109
2. Відповідальність за фальсифікацію даних (на прикладах з готельно-ресторанної сфери)	112
3. Інструменти перевірки на плагіат	113
Практичні завдання та кейси: розгляд ситуацій академічної недоброчесності	114
Проблемні питання для дискусії по лекції 12	116
ЛЕКЦІЯ 13. Роль інформаційних технологій у наукових дослідженнях	117
1. Роль інформаційних технологій у проведенні сучасних наукових досліджень.....	117
2. Доступ до інформації на основі інформаційних технологій. Бази даних для пошуку міжнародних публікацій про готельно-ресторанний бізнес	118
3. Програмне забезпечення для аналізу даних. Онлайн-платформи для наукової комунікації	120
Кейс 1: роль інформаційних технологій у вивченні ставлення та вимог клієнтів ресторану	121
Кейс 2: Роль інформаційних технологій у вивченні побажань гостей готелю	122
Проблемні питання для дискусії по лекції 13	124

ЛЕКЦІЯ 14. Міждисциплінарні наукові дослідження.....	125
1. Роль міждисциплінарного підходу у проведенні наукових досліджень.....	125
2. Поєднання економіки, соціології та ІТ у дослідженнях готельно-ресторанної індустрії	128
3. Методи інтеграції даних з різних дисциплін	128
Практичний кейс: розробка міждисциплінарної стратегії для підвищення конкурентоспроможності готелю.....	129
Проблемні питання для дискусії по лекції 14	133
ЛЕКЦІЯ 15. Наукові школи та дослідницькі напрями у сфері гостинності	134
1. Наукові школи та їх роль у розвитку науки, бізнесу, економіки.	134
2. Сучасні тенденції та напрями досліджень: клієнтський досвід, екологічні ініціативи	136
3. Прогнозування розвитку галузі гостинності: сценарії для готельно-ресторанного бізнесу	139
Практичний кейс: використання сценарного підходу до прогнозування розвитку готельно-ресторанного комплексу «Європа» у м. Кропивницький	143
Проблемні питання для дискусії по лекції 15	146
ЛЕКЦІЯ 16. Специфіка досліджень у сфері гостинності	147
1. Специфіка досліджень у готельно-ресторанній сфері: вплив культурних особливостей на якість обслуговування.....	147
2. Методологічні підходи: кількісні та якісні методи досліджень у готельно-ресторанній сфері.....	150
3. Актуальні проблеми: адаптація готельно-ресторанних комплексів до глобальних викликів та змін.....	151
Практичний кейс: дослідження проблеми адаптації персоналу готельно-ресторанного комплексу «Перлина степу» у Кіровоградській обл. до викликів та загроз	152
Проблемні питання для дискусії по лекції 16	155
ГЛОСАРІЙ.....	156
РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА	161

ВСТУП

Сучасний етап розвитку суспільства характеризується стрімкими змінами та зростаючою складністю соціально-економічних процесів, що зумовлює підвищений попит на якісні наукові дослідження у всіх сферах діяльності, зокрема й у динамічному та багатогранному світі готельно-ресторанного бізнесу. Ця галузь, що поєднує в собі елементи сервісу, економіки, управління та міжкультурної комунікації, постійно зазнає впливу глобальної конкуренції, технологічних інновацій, змін у споживчих перевагах та непередбачуваних кризових явищ, як-от пандемія чи воєнні дії. В таких умовах, озброєння майбутніх фахівців та практиків готельно-ресторанної справи глибокими знаннями методології наукових досліджень стає не просто бажаним, а життєво необхідним для їхньої успішної професійної діяльності та здатності приймати обґрунтовані стратегічні рішення.

Опорний конспект лекцій з навчальної дисципліни «Методологія сучасних наукових досліджень» розроблено з *метою* надання студентам цілісної системи знань про сутність, принципи, методи та організацію науково-дослідницької діяльності.

Об'єктом вивчення навчальної дисципліни є процес наукового пізнання та організації науково-дослідницької діяльності в контексті сучасних вимог і можливостей.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є сукупність принципів, підходів, методів та інструментів, що використовуються для проведення наукових досліджень у різних галузях знань, з особливим акцентом на специфіку їх застосування у сфері готельно-ресторанної справи та кейтерингу.

Завдання студентів під час вивчення навчальною дисципліни полягають в тому, щоб навчитись:

– розуміти сутність та основні етапи наукового дослідження, застосовувати філософські основи та методологічні принципи наукового пізнання;

- формулювати наукову проблему, визначати мету та завдання дослідження; висувати наукові гіпотези та планувати їх перевірку;
- організовувати наукове дослідження, проводити науковий експеримент та аналізувати його результати;
- оформляти результати наукових досліджень у вигляді наукових статей та інших видів наукових робіт; брати участь у наукових дискусіях та конференціях;
- дотримуватися етичних норм наукових досліджень та принципів академічної доброчесності.

В основу курсу покладено формування у здобувачів вищої освіти *ключових компетентностей*, що відповідають освітньо-професійній програмі, включаючи здатність діяти на основі етичних міркувань, ефективно здійснювати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел, критично оцінювати та синтезувати нові ідеї, вправно використовувати інформаційні та комунікаційні технології, а головне – проводити наукові дослідження на належному рівні.

Важливим аспектом навчального процесу є активне використання інтерактивних методів навчання, спрямованих на стимулювання критичного мислення, творчої ініціативи та розвитку навичок командної роботи. Практичні кейси, дискусії та спільні проекти сприятимуть глибшому засвоєнню матеріалу та формуванню вміння працювати в колективі для вирішення складних дослідницьких завдань.

Особливу увагу у навчальному посібнику приділено розвитку спеціальних компетентностей, необхідних для успішної роботи у сфері готельно-ресторанної справи. Майбутні фахівці навчатимуться застосовувати науковий, аналітичний та методичний інструментарій, використовувати міждисциплінарні підходи для аналізу ринків готельних та ресторанних послуг, а також інтегрувати знання для розв'язання складних задач у мультидисциплінарних контекстах, навіть за умов неповної або обмеженої інформації.

Зміст лекційного курсу спрямований на забезпечення програмних результатів навчання, зокрема здатності оцінювати нові ринкові

можливості, формулювати бізнес-ідеї та розробляти маркетингові заходи в умовах невизначеності, ефективно відшукувати, аналізувати та систематизувати необхідні дані з наукової літератури та інших джерел, а також зрозуміло й недвозначно доносити власні знання та висновки до фахівців і нефахівців.

План лекцій побудовано таким чином, щоб охопити весь спектр питань методології наукових досліджень, починаючи від загальних засад і закінчуючи специфікою проведення досліджень у готельно-ресторанній сфері. Кожна лекція розкриває ключові теоретичні аспекти теми та ілюструється практичними кейсами з реальної діяльності готелів та ресторанів. Для активізації самостійної роботи та поглибленого осмислення викладеного матеріалу, після кожної лекції передбачені проблемні питання для дискусії, що спонукатимуть студентів до критичного аналізу та обміну думками. Такий підхід дозволить студентам не лише засвоїти теоретичний матеріал, але й навчитися застосовувати отримані знання для аналізу конкретних ситуацій, виявлення проблем та пошуку оптимальних рішень у майбутній професійній діяльності.

Особлива увага в посібнику приділяється міждисциплінарному підходу, який є вкрай важливим для комплексного розуміння складних процесів у готельно-ресторанному бізнесі. Для зручності орієнтування в ключовій термінології, наприкінці посібника розміщено глосарій з визначеннями основних наукових понять. Крім того, перелік рекомендованої літератури дозволить поглибити свої знання з окремих аспектів методології наукових досліджень.

Автори сподіваються, що опорний конспект лекцій стане надійним помічником для студентів у процесі вивчення дисципліни «Методологія сучасних наукових досліджень», сприяючи формуванню їхнього наукового світогляду, розвитку дослідницьких навичок та підготовці до успішної професійної кар'єри в сфері гостинності.

ЛЕКЦІЯ 1. Вступ до методології наукових досліджень

1. Предмет і завдання методології наукових досліджень.
2. Наукове дослідження та його основні етапи: від вибору теми до публікації.
3. Класифікація досліджень (фундаментальні, прикладні, міждисциплінарні).

Практичний кейс: розгляд на прикладі готельно-ресторанного комплексу відмінностей між «науковим дослідженням» і «досвідом».

Рекомендована література [1-11; 21; 26; 29]

1. Предмет і завдання методології наукових досліджень

Для студентів, які прагнуть до наукової діяльності, вивчення методології наукових досліджень – це набагато більше, ніж обов’язкова дисципліна. Це ключ до систематизації знань, основа для критичного мислення та фундамент, який дозволяє трансформувати ідеї в науково обґрунтовані результати.

Дисципліна «Методологія сучасних наукових досліджень» відкриває шлях до розуміння того, як народжується наукова істина, як ставляться експерименти, як аналізуються дані, як отримуються висновки, що змінюють світ. Ця дисципліна вчить не лише збирати інформацію, але й критично її оцінювати, відокремлюючи зерна істини від недостовірної інформації. Для студентів, які прагнуть відкривати нові горизонти знань, вивчення методології наукових досліджень стане важливим інструментом для розуміння того, як наука творить реальність.

Методологія наукових досліджень – це система принципів, методів і правил, що регулюють процес проведення наукового дослідження для досягнення об’єктивних результатів.

Розглянемо предмет, об'єкт вивчення, завдання навчальної дисципліни з урахуванням специфіки галузі готельно-ресторанного бізнесу.

Предмет вивчення – наукові концепції, підходи та інструменти, які дозволяють досліджувати проблеми готельно-ресторанного бізнесу (наприклад, оптимізація сервісу, аналіз клієнтської лояльності, управління якістю продукції, якістю обслуговування).

Об'єкт вивчення методології наукових досліджень можна стисло охарактеризувати як процес або явище організації та проведення науково-дослідницької діяльності. Це включає в себе сукупність принципів, підходів, методів та інструментів, які використовуються для отримання нових знань у будь-якій галузі. З урахуванням специфіки сфери гостинності об'єктом вивчення є процеси та явища, пов'язані з наданням послуг готельно-ресторанного бізнесу, поведінкою споживачів, управлінням якістю обслуговування та впровадженням інновацій.

Завдання навчальної дисципліни:

– навчити студентів планувати дослідження, релевантні для індустрії гостинності;

– розвинути навички критичного мислення, вибору методів дослідження та аналізу даних, формулювання практичних рекомендацій;

– опанувати навичками культури наукових дискусій, командної дослідницької роботи, вміннями відстоювання власних ідей та їх аргументації.

У сучасному світі, де обсяг інформації зростає експоненційно, надзвичайно важливим стає вміння вибирати необхідні методи досліджень, на їх основі аналізувати дані, формулювати висновки та рекомендації.

Методологія наукових досліджень розкриває методи, які застосовуються у процесі проведення наукових пошуків. Загальнонаукові методи базуються на аналізі, синтезі, індукції, дедукції, що покладені в основу методів дослідження, які широко застосовуються, зокрема таких:

– *теоретичні методи* (аналіз наукової літератури, систематизація та узагальнення наукових даних, моделювання, абстрагування);

– *емпіричні методи* (спостереження, опитування, анкетування, тестування, експеримент (зокрема, маркетингові експерименти для вивчення реакції споживачів на нові ресторанны послуги чи продукти));

– *статистичні методи* (збір, обробка та аналіз кількісних даних, наприклад, аналіз задоволеності клієнтів, аналіз фінансових показників готелів та ресторанів);

– *соціологічні методи* (вивчення громадської думки, соціальних тенденцій, що впливають на розвиток готельно-ресторанного бізнесу);

– *економічні методи* (аналіз економічних показників діяльності готелів та ресторанів, дослідження ринкової кон'юнктури, прогнозування попиту на послуги).

Спеціальні методи, що використовуються для дослідження проблем готельно-ресторанної діяльності:

– *метод «таємного покупця»* (для оцінки якості обслуговування);

– *SWOT-аналіз* (для визначення сильних та слабких сторін підприємства, можливостей та загроз ринку);

– *сценарний метод* (розробка песимістичних, оптимістичних та інших сценаріїв для прогнозування розвитку готельно-ресторанного бізнесу в різних умовах).

Вивчення методології наукових досліджень є корисним і перспективним для студентів, оскільки у них формується здатність до аналізу, синтезу та творчого підходу до вирішення проблем, що є безцінним у сучасному світі, де знання та інновації відіграють ключову роль. Ця дисципліна розкриває складний і цікавий світ наукового пошуку, де кожен крок – від формулювання гіпотези до аналізу даних – має свою логіку та значення.

Опанування знаннями, які дає дисципліна «Методологія наукових досліджень», має вагомим практичне значення, оскільки це формує у студентів не лише навички дослідника, а й культуру наукового мислення, яка є необхідною для будь-якої інтелектуальної діяльності.

Вивчення цієї дисципліни не лише структурує процес пізнання, але й навчає розрізняти наукову об'єктивність від суб'єктивних припущень, відкриваючи шлях до ефективних наукових пошуків.

Майбутні фахівці з готельно-расторанної справи розвивають здатність використовувати в інтересах дослідження необхідний інструментарій (науковий, аналітичний, методичний), міждисциплінарні підходи до вивчення глобальних та локальних ринків готельних та ресторанных послуг. Це розвиває вміння інтегрувати отримані знання і розв'язувати складні задачі готельно-ресторанної справи, пропонуючи нові рішення. У сучасному світі, де інформація швидко застаріває, а інновації стають рушійною силою прогресу, вміння проводити якісні наукові дослідження і пропонувати нові ідеї стають є не просто перевагою, а необхідністю.

2. Наукове дослідження та його основні етапи: від вибору теми до публікації

Наукове дослідження – це систематизований, цілеспрямований процес вивчення об'єкта або явища з метою отримання нових знань, перевірки гіпотез, вирішення наукових або практичних проблем, що ґрунтується на наукових методах, об'єктивних даних та логічній аргументації.

Ключові характеристики наукового дослідження:

1) Системність.

Послідовність етапів: від визначення проблеми до публікації результатів.

Приклад у готельно-ресторанній справі: дослідження впливу якості обслуговування на лояльність клієнтів готелю.

2) Об'єктивність.

Результати базуються на фактах, даних, експериментах, а не на суб'єктивних думках.

Приклад: аналіз статистики бронювань місць у готелю для виявлення сезонних трендів.

3) Емпірична підґрунтя.

Використання результатів спостережень, експериментів, опитувань.

Приклад: тестування нового меню в ресторані та збір відгуків гостей.

4) Верифікованість.

Отримані результати можна перевірити або повторити.

Приклад: експеримент з А/В тестуванням ефективності двох рекламних кампаній.

5) Наукова новизна.

Дослідження має створювати нові знання або практичні рішення. Розробка нового може мати відмінності: певні ідеї можуть бути запропоновані «вперше», а якісь – на основі творчого опрацювання відомих підходів можуть отримати статус «набуло розвитку» або «вдосконалено».

Приклад: розробка авторської методики оцінки екологічних наслідків діяльності готельно-ресторанного комплексу.

З'ясуємо, чим саме наукове дослідження відрізняється від звичайного «досвіду»:

– *наукове дослідження* ґрунтується на методології, має чітку структуру, використовує наукові інструменти (наприклад, статистику) і спрямоване на отримання узагальнених висновків;

– *звичайний досвід* часто суб'єктивний, не систематизований і не підтверджений даними.

Практичний кейс: розгляд на прикладі готельно-ресторанного комплексу відмінностей між «науковим дослідженням» і «досвідом».

Розглянемо на прикладі готельно-ресторанного комплексу «Зелений гай» відмінності між «науковим дослідженням» і «досвідом».

Наукове дослідження: здійснено аналіз 2 тис. відгуків гостей готельно-ресторанного комплексу «Зелений гай» для виявлення їх ставлення до організації сніданків за низкою ознак – якість страв, можливість вибору, швидкість обслуговування, сервіс.

Досвід: особисте переконання менеджера готельно-ресторанного комплексу «Зелений гай», що «гостям подобаються смачні сніданки».

Виходячи з аналізу практичного кейсу, пропонуємо подумати, чому проведення наукових досліджень є важливим для поліпшення якості обслуговування гостей готельно-ресторанного комплексу «Зелений гай»?

В результаті обговорення за участю студентів можна дійти висновку, що наукові дослідження допомагають:

- приймати обґрунтовані рішення на основі даних, а не інтуїції;
- розробляти інноваційні послуги (наприклад, персоналізовані пакети послуг готелю і ресторану для гостей);
- виявляти ринкові тренди (наприклад, зростання попиту на екологічні ініціативи);
- покращувати якість обслуговування через аналіз клієнтських відгуків.

Іншими словами, наукове дослідження дозволяє через ґрунтовне вивчення явища отримати точні дані, а ці дані, у свою чергу, стають основою прийняття компетентних управлінських рішень, що дає змогу бізнесу покращувати імідж та нарощувати конкурентні переваги.

Наукове дослідження розпочинається з вибору актуальної теми, формулювання проблеми та гіпотези, проходить через етапи аналізу літератури, збору даних, проведення експериментів, аналізу результатів, розроблення висновків та пропозицій, підготовки публікації. Кожен етап дослідження вимагає критичного мислення: наприклад, на етапі огляду джерел важливо відрізнити науково підтвержені дані від суб'єктивних думок, а під час експерименту – контролювати зовнішні змінні, щоб уникнути спотворень. Публікація результатів не лише демонструє нові результати, але й робить їх частиною наукового дискурсу, де вони можуть бути перевірені або доповнені колегами.

Розглянемо детальніше *основні етапи* наукового дослідження на прикладі підготовки наукової статті або наукового звіту для бізнесу.

1) Вибір теми:

- актуальність для індустрії (наприклад: «Аналіз ефективності digital-маркетингу для ресторанів після COVID-19»; «Підвищення

культури обслуговування через розвиток професійних компетенцій персоналу», «Екологічні ініціативи та їх вплив на прибуток готельно-ресторанного комплексу» та ін.);

– зв'язок з практикою: як дослідження допоможе покращити бізнес-процеси і прибутковість готельно-ресторанних послуг.

2) Планування дослідження:

– визначення мети дослідження;

– розробка завдань: аналіз існуючих практик, проведення опитувань, тестування нових підходів.

3) Збір даних:

– використання емпіричних методів: опитування гостей, експерименти з меню для визначення пріоритетів в замовленнях;

– спостереження за роботою персоналу (наприклад, з метою вивчення наявних компетенцій, якості обслуговування).

4) Аналіз результатів:

– статистична обробка даних (наприклад, кореляція між якістю сніданку та кількістю повторних бронювань місць у готелю);

– візуалізація отриманих результатів: інфографіка для презентації результатів керівництву готелю.

5) Публікація:

– оформлення результатів дослідження у вигляді наукової статті або наукового звіту для бізнесу.

3. Класифікація досліджень (фундаментальні, прикладні, міждисциплінарні)

Наукові дослідження класифікують на такі основні види: фундаментальні; прикладні; міждисциплінарні.

Фундаментальні дослідження спрямовані на поглиблення наукових знань, розкриття закономірностей або формування нових теорій, без безпосереднього акценту на практичне застосування. Наприклад, дослідження теоретичних основ клієнтоорієнтованості в індустрії гостинності може включати аналіз психологічних механізмів,

які впливають на довіру клієнтів, або вивчення історичної еволюції концепції обслуговування. Такі роботи створюють базу для подальших прикладних рішень, навіть якщо їхні результати не мають миттєвого комерційного ефекту. Вони часто ґрунтуються на абстрактних моделях, філософських підходах або масштабних соціологічних спостереженнях.

Прикладні дослідження, навпаки, зосереджені на вирішенні конкретних проблем або оптимізації процесів. Наприклад, дослідження ефективності системи лояльності для підвищення продажів ресторану може передбачати А/В тестування різних форматів знижок, збір даних про реакцію клієнтів, аналіз фінансових показників до і після впровадження програми. Тут результати безпосередньо впливають на бізнес-рішення: якщо система збільшує середній чек, її масштабують; якщо ні – змінюють підхід. Важливою рисою є чітке зв'язування методів з практичними цілями, наприклад, використання експериментів або кейс-стаді.

Міждисциплінарні дослідження поєднують методи, теорії, концепції з різних галузей для розв'язання складних завдань. Приклад із синтезом маркетингу, психології та ІТ для аналізу поведінки клієнтів може включати: створення алгоритмів штучного інтелекту (ІТ) для обробки даних із соціальних мереж, інтерпретацію мотиваційних факторів (психологія) та розробку персоналізованих рекламних кампаній (маркетинг).

Такі дослідження часто виникають там, де однієї дисципліни недостатньо. Наприклад, для розуміння, чому клієнти відмовляються від кошика в електронній торгівлі, потрібен аналіз технічних помилок сайту (ІТ), емоційних бар'єрів (психологія) та ефективності цінових стратегій (економіка).

Зауважимо, міждисциплінарний підхід у проведенні дослідження є найбільш ефективним в разі створення команди фахівців, що інтегрують знання з різних сфер діяльності.

У таблиці 1 висвітлено класифікацію наукових досліджень з урахуванням специфіки готельно-ресторанного бізнесу.

Класифікація наукових досліджень

Види досліджень	Мета	Характерні риси	Приклади
Фундаментальні	Отримання нових знань про поведінку споживачів, тенденції ринку, культуру харчування тощо.	Теоретичні, спрямовані на розширення розуміння галузі, основа для прикладних досліджень	Дослідження впливу культурних факторів на вибір страв, вивчення психологічних аспектів гостинності, аналіз історичних тенденцій розвитку ресторанної кухні
Прикладні	Вирішення конкретних практичних проблем готелів та ресторанів	Практичні, спрямовані на застосування наукових знань, розвиток технологій та інновацій у галузі	Розробка нових методів управління якістю обслуговування, створення ефективних систем управління запасами продуктів, проектування інноваційних концепцій ресторанів
Міждисциплінарні	Розгляд складних проблем, що вимагають комплексного підходу з різних галузей	Поєднання методів та підходів з маркетингу, психології, соціології, економіки та інших наук	Дослідження впливу цифрових технологій на поведінку туристів, розробка концепції «розумного готелю» на основі технологій Інтернету речей, вивчення впливу екологічних факторів на розвиток гастрономічного туризму

Таким чином, розглянуті фундаментальні, прикладні та міждисциплінарні наукові дослідження відіграють абсолютно різнопланову, але однаково важливу роль у розвитку людського знання та прогресу.

Фундаментальні дослідження, спрямовані на глибинне розуміння сутності явищ і законів природи, закладають теоретичний фундамент для майбутніх проривів та інновацій, навіть якщо їх безпосередній практичний вихід на даному етапі неочевидний.

Прикладні дослідження, спираючись на ці фундаментальні знання, концентруються на вирішенні конкретних практичних проблем і задоволенні нагальних потреб суспільства, втілюючи наукові досягнення в технології, продукти та послуги, що покращують наше життя.

Нарешті, *міждисциплінарні дослідження*, синтезуючи знання та методи з різних наукових галузей, відкривають нові перспективи для розуміння складних явищ та розв'язання комплексних проблем, що вимагають цілісного підходу. Саме їхня взаємодія та взаємодоповнення забезпечують безперервний цикл наукового пізнання та інноваційного розвитку, рухаючи вперед науку, технології та суспільство в цілому. Кожен з цих видів досліджень є незамінною ланкою в загальному процесі генерації та застосування знань, ігнорування будь-якого з них неминуче призведе до гальмування прогресу.

Проблемні питання для дискусії по лекції 1

1. Чим відрізняється «наукове дослідження» від «практичного досвіду» на прикладі оптимізації сервісу в готелі?

2. Які ризики виникають при виборі теми дослідження без аналізу актуальності для готельної індустрії?

3. Чому міждисциплінарні дослідження важливі для аналізу клієнтського досвіду в ресторанах?

4. Як визначити, чи є дослідження прикладним чи фундаментальним, на прикладі аналізу впливу соціальних мереж на бронювання номерів?

5. Чи може дослідження готельного комплексу бути одночасно науковим і комерційно успішним? Аргументуйте.

ЛЕКЦІЯ 2. Філософські основи наукового пізнання

1. Онтологічні та гносеологічні аспекти наукового пізнання: об'єктивність, істина, наукова картина світу.
2. Методологічні принципи наукового пізнання (системність, доказовість, критичність, прагматичність та етична відповідальність).
3. Філософія як основа формування наукового світогляду дослідника.

Практичні кейси: роль філософського підходу у дослідженнях ринку готельних послуг.

Рекомендована література [11; 16; 18; 21; 26; 29]

1. Онтологічні та гносеологічні аспекти наукового пізнання об'єктивність, істина, наукова картина світу

Ця лекція досліджує філософські основи наукового дослідження, розглядаючи ті фундаментальні передумови, на яких ґрунтується будь-яке серйозне наукове починання. В процесі лекції проаналізуємо, як філософія формує наше розуміння реальності, можливості її пізнання та критерії істинності знання, що має вирішальне значення для дослідників у сфері готельно-ресторанної справи.

Основою наукового пізнання є *онтологія* – вчення про буття, про те, що існує. У контексті готельно-ресторанної справи онтологічні питання стосуються природи самої індустрії: що є готельним чи рестораним бізнесом, які сутності його складають (послуги, клієнти, персонал, інфраструктура), які зв'язки існують між ними, як вони еволюціонують з плином часу. Наприклад, дослідження може зосередитися на онтологічному статусі «гостинності» – чи є це об'єктивною характеристикою послуги, чи суб'єктивним переживанням клієнта?

Тісно пов'язана з онтологією *гносеологія* – теорія пізнання, яка досліджує можливості людини пізнавати світ. У наукових дослідженнях готельно-ресторанної справи, гносеологічні питання виникають, коли ми намагаємося зрозуміти, як ми можемо отримати достовірне знання

про потреби клієнтів, ефективність управління готелем, вплив дизайну інтер'єру на атмосферу ресторану. Чи можемо ми об'єктивно виміряти «якість обслуговування», або це завжди буде певною мірою суб'єктивна оцінка? Які методи дослідження є найбільш надійними для отримання істинного знання в цій сфері?

Важливим поняттям є *об'єктивність* наукового знання. Наука прагне до того, щоб її висновки не залежали від особистих переконань, уподобань чи культурних особливостей дослідника. У готельно-ресторанній справі, де значну роль відіграють людські фактори, досягнення об'єктивності може бути складним завданням. Наприклад, при вивченні задоволеності клієнтів, дослідник повинен розробити методи, які мінімізують вплив його власних упереджень на результати.

Істина є метою будь-якого наукового дослідження. Істина – це відповідність нашого знання дійсності. Але що є «дійсністю» у сфері готельно-ресторанних послуг? Чи є це лише сукупність об'єктивних показників (кількість клієнтів, прибуток), чи включає також суб'єктивні переживання клієнтів, атмосферу закладу, емоційний досвід? Різні філософські підходи пропонують різні критерії істинності, і дослідник готельно-ресторанної справи повинен усвідомлювати ці відмінності.

Наука формує певну *наукову картину світу* – цілісне уявлення про те, як влаштована досліджувана реальність. У готельно-ресторанній справі, наукова картина світу може включати знання про закономірності розвитку індустрії, фактори, що впливають на попит на послуги, принципи ефективного управління підприємствами, моделі поведінки споживачів. Ця картина постійно оновлюється та уточнюється в міру проведення нових досліджень.

2. Методологічні принципи наукового пізнання (системність, доказовість, критичність, прагматичність та етична відповідальність)

Наукове пізнання ґрунтується на певних методологічних принципах, які забезпечують його надійність та достовірність.

У контексті готельно-ресторанного бізнесу ці принципи стають інструментом для аналізу складних явищ, прогнозування тенденцій та прийняття ефективних управлінських рішень.

До ключових методологічних принципів належать принципи *системності*, *доказовості*, *критичності*, а також *прагматичності* та *етичної відповідальності*. Розглянемо сутність цих принципів докладніше з використанням практичних прикладів.

Принцип системності вимагає розглядати об'єкт дослідження як складну динамічну систему, що складається з взаємопов'язаних елементів, має зовнішні зв'язки. У готельно-ресторанній справі це означає: аналіз усіх рівнів бізнесу – від мікрорівня (взаємодія персоналу з клієнтом) до макрорівня (глобальні туристичні тенденції); врахування низки впливових факторів, таких як: економічна стабільність, соціокультурні особливості споживачів, екологічні виклики, технологічні інновації (наприклад, впровадження штучного інтелекту для персоналізації сервісу).

Приклад: дискусія між менеджером і бухгалтером готельно-ресторанного комплексу «Мрія» на виробничій нараді з участю експерта.

Бухгалтер вважає діяльність закладу успішною з огляду на отримання прибутку, у менеджера – сумніви щодо такої однозначної оцінки.

Думка експерта: дослідження успішності готелю не може обмежуватися тільки аналізом фінансової звітності, воно має включати аналіз *системи* взаємопов'язаних факторів: задоволеності клієнтів, якості обслуговування, мотивації персоналу, конкурентного середовища, ефективності енергозберігаючих технологій, впливу корпоративної культури на рівень сервісу.

Принцип доказовості вимагає, щоб кожне наукове твердження було підкріплене достатніми доказами. У готельно-ресторанній справі, це означає, що наші висновки про ефективність нової маркетингової стратегії, вплив дизайну інтер'єру на відвідуваність ресторану, або фактори, що визначають вибір готелю клієнтом, повинні базуватися на

ретельно зібраних та проаналізованих даних, а не на інтуїції чи особистих переконаннях.

Іншими словами, наукові твердження потребують емпіричного підтвердження через чіткі процедури збору та аналізу даних. У галузі гостинності це передбачає: використання змішаних методів дослідження, де кількісні дані (наприклад, статистика завантаженості номерів) поєднуються з якісними (інтерв'ю з клієнтами про їхній досвід); застосування Big Data для аналізу великих масивів даних із систем бронювання, соціальних мереж, IoT-пристроїв для прогнозування попиту.

Приклад: менеджер допускає твердження «Зелений дизайн інтер'єру підвищує відвідуваність ресторану», проте не спирається на конкретні дослідження. Таке твердження з урахуванням принципу *доказовості* має бути підкріплене дослідженням, наприклад застосуванням методів А/В-тестування, порівняння відвідуваності ресторану до та після змін, аналізом відгуків гостей ресторану.

Принцип критичності передбачає постійне піддавання сумніву та перевірку будь-яких тверджень, навіть тих, що здаються загальноприйнятими. Дослідник готельно-ресторанної справи повинен бути готовим переглянути і змінити свої погляди, якщо з'являються нові докази, що суперечать їм. Він також повинен критично оцінювати результати досліджень інших науковців, виявляючи можливі помилки чи обмеження.

Іншими словами, критичне мислення дозволяє уникати догматизму та стереотипів. Для дослідника готельно-ресторанної справи це означає перевірку «незаперечних істин»: чи дійсно «класичний інтер'єр» завжди приваблює більше клієнтів? Чи є «стандарти обслуговування» універсальними для всіх культур, для всіх вікових категорій відвідувачів? Чи враховані зміни у поведінці споживачів після пандемії? Чи не спотворені дані через вибіркочну вибірку?

Приклад: Якщо дослідження 2020 року доводило переваги онлайн-бронювання, то критичний аналіз за даними 2025 року має враховувати

нові сучасні тренди, такі як зростання популярності мобільних додатків зі штучним інтелектом.

Принцип прагматичності у науковому вивченні проблем готельно-ресторанного бізнесу передбачає практичну спрямованість дослідження. Цей принцип вимагає, щоб наукові висновки не лише аналізували реальність, але й трансформувалися у конкретні інструменти для покращення бізнес-процесів, підвищення ефективності та вирішення актуальних проблем індустрії. Реалізація цього принципу ґрунтується на діагностиці проблеми, розробці практичних рішень, оцінці їх ефективності, адаптації до умов діяльності та постійному моніторингу з подальшими корективами.

Розглянемо детальніше декілька етапів прояву *принципу прагматичності*.

Передусім принцип прагматичності потребує *діагностики проблеми*, тобто визначення та аналізу причин проблеми, впливових факторів, необхідних для визначення шляхів її розв'язання.

Приклад: Менеджер ресторану звертається до експерта (дослідника) у зв'язку з тим, що його турбує дві проблеми: зниження лояльності клієнтів (зменшення візитів в ресторан постійних клієнтів, зниження задоволеності у відгуках) і помітне зростання витрат на логістику. Дослідник має чітко визначити причини: по-перше, проаналізувати причини зниження задоволеності відвідувачів ресторану, серед них – оцінити якість страв, сервісу та інших впливових факторів; по-друге, проаналізувати стан управління логістикою, зростання витрат на логістику може бути пов'язане з неефективним управлінням запасами, або застарілими технологіями.

Розробка практичних інструментів (йдеться про конкретні рішення, наприклад, впровадження автоматизованих систем для прийому замовлень, оптимізацію розкладу роботи персоналу, розробку стратегії зменшення витрат без втрати якості та ін.).

Приклад: Японський ресторан розглядає можливість впровадження роботів-офіціантів. Проблема: висока напруженість персоналу в

години «пік», що призводить до помилок у замовленнях. Дослідник має проаналізувати: можливості кращої організації обслуговування гостей у часи «пік»; порівняти витрати на офіціантів з витратами на впровадження та використання роботів-офіціантів. Для ресторану розраховується економічна доцільність роботів: порівнюються витрати на закупівлю та обслуговування техніки з економією від зменшення кількості помилок і підвищення швидкості обслуговування.

Оцінка ефективності розроблених рішень та ризиків. Йдеться про оцінку кількісних та якісних показників, аналіз довгострокових ефектів). Наприклад, під час розгляду ситуації з японським рестораном потребують оцінки відповіді на запитання: Чи зменшився час очікування клієнтів після впровадження роботів? Як змінилася лояльність клієнтів? Чи зросли операційні витрати через технічні збої? Стосовно ідеї впровадження роботів: навіть якщо роботи-офіціанти економлять час, важливо врахувати: Чи не погіршить це емоційний досвід клієнтів (наприклад, через відсутність «людського» сервісу)? Чи зможе робототехніка адаптуватися до сезонних коливань відвідуваності?

Адаптація розроблених пропозицій та висновків до конкретних умов діяльності. Прагматичність має враховувати унікальність кожного бізнесу:

– *культурні особливості*, менталітет гостей (у тому ж японському ресторані роботи-офіціанти можуть бути сприйняті як інноваційний елемент, тоді як у традиційному європейському закладі це може спочатку викликати інтерес, а потім – відторгнення);

– *масштаб бізнесу* (рішення для мережі готелів відрізнятимуться від підходів до невеликого сімейного ресторану).

Приклад: Для мережі ресторанів швидкого харчування автоматизація може охопити 80% процесів, тоді як у преміальному готельно-ресторанному комплексі – лише 20% (наприклад, доставка сніданків, рушників до номерів).

Принцип прагматичності потребує постійного моніторингу, тобто спостережень за наслідками впровадження нових рішень. Так, використовуючи приклад з японським рестораном, зауважимо, що після впровадження роботів-офіціантів ресторан повинен:

- щомісяця аналізувати фінансові показники;
- проводити опитування клієнтів про їхній досвід;
- корегувати функціонал техніки (наприклад, додати голосове керування).

Практичні кейси: приклади прагматичного підходу у наукових дослідженнях проблем готельно-ресторанного бізнесу

Кейс 1. Оптимізація ланцюга постачання:

Проблема: ресторан має високі витрати на доставку овочів.

Рішення: завдяки проведенню наукового дослідження запропоновано впровадження платформи для аналізу попиту та автоматизації замовлень у постачальників.

Результат: зменшення витрат ресторану на 15%, усунення надлишків продуктів у запасах.

Кейс 2. Антистресові тренінги для персоналу:

Проблема: висока плинність кадрів через емоційне вигорання персоналу в умовах високого навантаження в сезон.

Рішення: завдяки проведенню наукового дослідження запропоновано введення щомісячних тренінгів з тайм-менеджменту та комунікаційних навичок.

Результат: зниження плинності на 30%, підвищення рейтингів обслуговування.

Принцип етичної відповідальності у дослідженнях на прикладі готельно-ресторанного бізнесу полягає у дотриманні моральних норм, повазі до прав учасників (клієнтів, персоналу, партнерів), чесності у зборі даних та мінімізації шкоди для довкілля та суспільства.

Приклад: керівництво ресторану залучило дослідника до вивчення стійкості персоналу до стресів. Під час дослідження стресу у

працівників ресторану дослідник, керуючись принципом етичної відповідальності, повинен:

- отримати письмову згоду учасників, пояснюючи мету дослідження та можливі наслідки;
- гарантувати анонімність (наприклад, замість імен використовує коди);
- уникати маніпуляцій даними, навіть якщо замовник тисне на позитивні висновки;
- публікувати результати без розкриття конфіденційної інформації про окремих співробітників.

Зазначене забезпечує довіру до дослідження і захищає репутацію бізнесу.

3. Філософія як основа формування наукового світогляду дослідника

Філософія надає загальну картину світу, визначає місце людини в ньому, формулює цінності та ідеали, які керують науковою діяльністю.

Філософія відіграє вирішальну роль у формуванні наукового світогляду дослідника, оскільки вона забезпечує методологічну, епістемологічну, етичну основу наукового пізнання.

Розглянемо роль філософії у формуванні цих складових базису наукового пізнання:

– *методологічна основа*: філософія надає інструменти для розробки та аналізу наукових методів, принципів дослідження та критеріїв оцінки наукових теорій; допомагає визначити, які методи є найбільш придатними для дослідження конкретних питань, і як забезпечити об'єктивність та достовірність наукових результатів;

– *епістемологічна основа*: філософія досліджує природу знання, його джерела, межі та обґрунтування; допомагає зрозуміти, що означає «знати», як людина отримує нові знання, які критерії використовуються для оцінки їх істинності; допомагає розрізнити наукове знання від псевдонаукового;

– *етична основа*: філософія розглядає моральні принципи та цінності, які повинні керувати науковою діяльністю, вона спонукає до роздумів про відповідальність науковця перед суспільством, про можливі наслідки наукових досліджень та про необхідність дотримання етичних норм; допомагає визначити, які дослідження є етично прийнятними, і як забезпечити захист прав та інтересів учасників досліджень.

Філософія допомагає досліднику визначити межі наукового пізнання, розрізняючи наукові питання від тих, що виходять за межі науки. Вона надає інструменти для аналізу концептуальних основ наукових теорій, виявлення прихованих припущень та оцінки їхньої обґрунтованості. При цьому філософія формує критичне мислення, необхідне для аналізу та інтерпретації даних. Для оцінки наукових доказів та виявлення можливих помилок. Вона навчає дослідника розглядати альтернативні гіпотези, оцінювати їхню правдоподібність та робити обґрунтовані висновки.

Сприяючи формуванню цілісного світогляду, філософія об'єднує наукові знання з іншими сферами людського досвіду. Вона допомагає досліднику побачити зв'язки між різними науковими дисциплінами, а також між наукою та іншими формами культури, такими як мистецтво, релігія та мораль.

Крім того, філософія допомагає досліднику усвідомити етичні аспекти наукової діяльності. Вона спонукає до роздумів про відповідальність науковця перед суспільством, про можливі наслідки наукових досліджень та про необхідність дотримання етичних норм.

Нарешті, філософія спонукає дослідника до постійного самовдосконалення та розвитку. Вона нагадує про те, що наукове пізнання є безперервним процесом, що вимагає постійного пошуку нових знань та переосмислення старих, розвитку здатності до аналізу, оцінки, синтезу, генерування нових ідей.

Знання філософії має вагомим значення для проведення досліджень у різних галузях науки та сферах діяльності суспільства, зокрема у готельно-ресторанному бізнесі.

Отже, філософія допомагає досліднику готельно-ресторанної справи зрозуміти глибинні питання, що лежать в основі його роботи, замислитися над пошуком відповідей на низку запитань:

- Що таке «гостинність», «сервіс», «клієнт», «досвід»?
- Які цінності лежать в основі готельно-ресторанного бізнесу?
- Яка роль індустрії гостинності в суспільстві?
- Що таке «якість обслуговування гостей»?
- Як цінності закладу гостинності формують його імідж?

Філософські роздуми допомагають досліднику не обмежуватися поверхневим описом явищ, а проникати в їхню сутність, виявляти приховані зв'язки та закономірності. Вони також сприяють розвитку творчого мислення, вміння ставити під сумнів загальноприйняті істини та формулювати власні, обґрунтовані погляди. Більше того, філософський підхід допомагає досліднику визначити найбільш релевантні та значущі дослідницькі питання. Замість того, щоб зосереджуватися на очевидних, але можливо несуттєвих аспектах. Це, у свою чергу, забезпечує більш глибокий та змістовний аналіз, результати якого матимуть реальну практичну цінність для учасників ринку та наукової спільноти.

Філософський підхід безпосередньо впливає на вибір та застосування методів дослідження. Глибоке розуміння сутності об'єкта дослідження, сформоване завдяки філософському осмисленню, дозволяє досліднику обрати найбільш адекватні та ефективні інструменти для збору та аналізу даних. Це може включати не лише кількісні методи, але й якісні підходи, спрямовані на розуміння мотивацій, цінностей та суб'єктивного досвіду учасників ринку готельних послуг.

Практичний кейс: роль філософського підходу у дослідженнях ринку готельних послуг

Розглянемо конкретний приклад. Дослідник вивчає ринок готельних послуг. Без філософського підходу, він може обмежитися

збором статистичних даних про кількість готелів, ціни, заповнюваність. Але філософський підхід змушує його поставити глибші питання:

– Яке призначення ринку готельних послуг? Що таке «готельна послуга» з точки зору клієнта?

– Якими є потреби та очікування клієнтів?

– Що формує клієнтський «досвід» перебування в готелі?

– Які цінності лежать в основі відносин між готелем та гостем?

Відповіді на ці філософські питання допоможуть досліднику розробити більш глибоку та змістовну концепцію дослідження.

Користуючись філософським підходом, дослідник зможе не просто описати існуючий стан ринку готельних послуг, але й виявити його приховані тенденції, визначити ключові фактори успіху, запропонувати інноваційні підходи до розвитку готельного бізнесу.

Важливо усвідомити, що філософський підхід перестає бути абстрактною теоретичною дискусією та набуває цілком конкретного практичного значення. Він виступає не просто методологічним інструментом, а фундаментальною основою для якісного та глибокого наукового аналізу. У контексті такого складного та динамічного об'єкта, як ринок готельних послуг, з його численними взаємопов'язаними факторами, поведінкою споживачів, впливом зовнішнього середовища та внутрішньою структурою підприємств, ігнорування філософської основи дослідження може призвести до поверхневих або неповних висновків.

Таким чином, практичний кейс підтверджує, що філософський підхід є не просто бажаним, а необхідним елементом якісного наукового дослідження ринку готельних послуг. Він забезпечує глибину розуміння, визначає важливі питання та сприяє вибору ефективних методів, що в кінцевому підсумку призводить до отримання більш обґрунтованих, змістовних та практично цінних результатів. Ігнорування цього фундаментального аспекту може значно обмежити якість та корисність наукових розвідок у цій складній та важливій галузі економіки.

Проблемні питання для дискусії по лекції 2

1. Чому принцип критичності важливий при оцінці маркетингових стратегій готелів?
2. Як етична відповідальність дослідника впливає на інтерпретацію даних про ефективність рекламних кампаній?
3. Чи можна досягти об'єктивності у дослідженнях клієнтських уподобань, якщо дослідник має власні упередження?
4. Як філософський підхід до системності допомагає аналізувати ланцюг постачання в ресторанному бізнесі?
5. Чому «наукова картина світу» важлива для прогнозування трендів у готельній індустрії?

ЛЕКЦІЯ 3. Методи наукового дослідження

1. Загальнонаукові методи: аналіз, синтез, індукція, дедукція.
2. Емпіричні методи: спостереження, експеримент, опитування (на прикладах з готельної індустрії).
3. Теоретичні методи: моделювання бізнес-процесів у ресторанному бізнесі.

Практичні кейси: використання опитувань для аналізу клієнтської лояльності в готелях; моделювання бізнес-процесів у ресторанному бізнесі.

Рекомендована література [1-11; 16; 18; 21]

1. Загальнонаукові методи: аналіз, синтез, індукція, дедукція

Ця лекція присвячена огляду основних методів, які використовуються в наукових дослідженнях, з особливим акцентом на їх застосування у готельно-ресторанній індустрії. В лекції зосередимо увагу на сучасних загальнонаукових, емпіричних і теоретичних методах наукового дослідження.

Розглянемо, як ці методи допомагають дослідникам отримувати об'єктивні та достовірні знання про складні процеси та явища, що відбуваються в цій сфері.

Загальнонаукові методи є універсальними інструментами пізнання, які використовуються в усіх галузях науки, включаючи дослідження готельно-ресторанної справи.

Аналіз передбачає розчленування об'єкта дослідження на складові частини з метою їх детального вивчення. У готельно-ресторанному бізнесі, наприклад, ми можемо аналізувати структуру витрат підприємства, щоб визначити статті, які потребують оптимізації, або аналізувати відгуки клієнтів, щоб виявити сильні та слабкі сторони обслуговування.

Синтез є протилежним процесом, який полягає в об'єднанні окремих частин в єдине ціле для отримання цілісного уявлення про

об'єкт. Наприклад, після аналізу окремих аспектів діяльності готелю (фінанси, маркетинг, персонал, операційні процеси) ми можемо синтезувати їх у загальну модель управління готелем.

Індукція – це метод міркування, за допомогою якого на основі вивчення окремих фактів або випадків робиться загальний висновок. Наприклад, дослідивши задоволеність клієнтів у кількох готелях певного типу, ми можемо зробити індуктивний висновок про загальні тенденції задоволеності в цьому сегменті ринку.

Дедукція – це метод, при якому на основі загальних положень виводяться висновки щодо конкретних випадків. Наприклад, на основі загальних принципів управління якістю ми можемо дедуктивно вивести конкретні рекомендації щодо покращення обслуговування в певному ресторані.

2. Емпіричні методи: спостереження, експеримент, опитування (на прикладах з готельної індустрії)

Емпіричні методи базуються на безпосередньому спостереженні та експериментальному вивченні досліджуваних явищ. Вони відіграють важливу роль у дослідженнях готельно-ресторанної індустрії, де значну роль відіграють людські фактори та практичний досвід.

Спостереження передбачає цілеспрямоване та систематичне сприйняття об'єкта дослідження. У готельній індустрії, наприклад, ми можемо спостерігати за поведінкою клієнтів у різних зонах готелю (рецепція, ресторан, лобі), щоб зрозуміти їхні потреби та вподобання. Спостереження може бути прямим (коли дослідник безпосередньо спостерігає за об'єктом) або непрямим (коли використовуються технічні засоби, наприклад, відеокамери).

Експеримент – це метод, який передбачає активне втручання дослідника в перебіг процесу з метою вивчення впливу певних факторів. Наприклад, у ресторанному бізнесі можна провести експеримент з введенням нової страви в меню та вивчити, як це вплине

на відвідуваність та прибуток. Експерименти можуть проводитися в лабораторних умовах (наприклад, тестування нових рецептів) або в реальних умовах (наприклад, маркетингові експерименти в ресторані).

Опитування є поширеним методом збору інформації про думки, почуття та поведінку людей. У готельній індустрії опитування можуть використовуватися для вивчення задоволеності клієнтів, мотивації персоналу, іміджу готелю. Опитування можуть проводитися у формі усних інтерв'ю, письмових анкет або онлайн-опитувань. Наприклад, готель може використовувати онлайн-опитування для збору відгуків гостей після їхнього перебування.

3. Теоретичні методи: моделювання бізнес-процесів у ресторанному бізнесі

Теоретичні методи використовуються для аналізу, узагальнення та систематизації отриманих даних, а також для побудови теорій та моделей.

Моделювання передбачає створення спрощеної копії об'єкта або процесу з метою його вивчення. Хоча моделювання бізнес-процесів застосовується в практичній сфері, воно базується на теоретичних методах, які дозволяють абстрагуватися від конкретних деталей, виділити ключові елементи та проаналізувати їхні взаємозв'язки.

У ресторанному бізнесі моделювання може використовуватися для оптимізації бізнес-процесів, наприклад, моделювання потоку клієнтів у ресторані для мінімізації часу очікування або моделювання процесу закупівлі продуктів для зниження витрат. Моделювання може бути математичним, графічним, комп'ютерним тощо.

Моделювання бізнес-процесів у ресторанному бізнесі – це процес створення графічних або текстових моделей, які відображають послідовність дій та взаємозв'язки між ними в рамках роботи ресторану. Завдяки моделюванню можна наочно представити, як функціонує ресторан, виявити проблемні («вузькі») місця, оптимізувати роботу та підвищити ефективність.

Сутність моделювання бізнес-процесів у ресторанному бізнесі:

– *візуалізація роботи ресторану* (моделювання дозволяє створити наочну схему, яка відображає всі етапи роботи ресторану (від прийому замовлення до обслуговування клієнта та розрахунку), що допомагає зрозуміти, як взаємодіють різні відділи та співробітники, які ресурси використовуються та які результати досягаються);

– *виявлення проблемних місць* (аналізуючи моделі бізнес-процесів, можна виявити «вузькі місця», де виникають затримки, помилки або неефективне використання ресурсів, це дозволяє своєчасно вжити заходів для усунення проблем та підвищення якості обслуговування);

– *оптимізація роботи* (моделювання дозволяє експериментувати з різними варіантами організації роботи та знаходити оптимальні рішення, це допомагає скоротити час обслуговування, зменшити витрати, підвищити продуктивність та покращити якість страв);

– *підвищення ефективності* (впровадження оптимізованих бізнес-процесів дозволяє підвищити ефективність роботи ресторану в цілому, це призводить до збільшення прибутку, покращення репутації та підвищення конкурентоспроможності);

– *стандартизація процесів* (моделювання дозволяє створити стандартизовані процедури для виконання різних завдань, це спрощує навчання нових співробітників, забезпечує стабільну якість обслуговування та зменшує ризик помилок);

– *впровадження інновацій* (моделювання дозволяє аналізувати і впроваджувати інновації в роботу ресторану, наприклад, використання нових технологій для прийому замовлень або доставки їжі, це допомагає ресторану залишатися конкурентоспроможним та залучати нових клієнтів).

Основні бізнес-процеси, які моделюються в ресторанному бізнесі:

- прийом та обробка замовлень;
- приготування страв;
- обслуговування клієнтів;
- управління запасами;

- розрахунок з клієнтами;
- маркетинг та реклама;
- управління персоналом.

Моделювання бізнес-процесів слугує важливим інструментом для сучасного управління ресторанним бізнесом. Воно дозволяє підвищити ефективність роботи, покращити якість обслуговування та збільшити прибуток.

Практичний кейс №1: використання опитувань для аналізу клієнтської лояльності в готелях

Розглянемо приклад використання опитувань для аналізу клієнтської лояльності в готелях. Клієнтська лояльність є важливим фактором успіху для будь-якого готелю, оскільки лояльні клієнти частіше повертаються та рекомендують готель іншим.

Для вимірювання клієнтської лояльності можна використовувати різні типи опитувань, наприклад:

- *опитування задоволеності клієнтів* (клієнтам ставляться запитання про їхню задоволеність різними аспектами перебування в готелі (обслуговування, номер, харчування, зручності); відповіді оцінюються за шкалою від «повністю незадоволений» до «повністю задоволений»);

- *опитування стосовно лояльності* (клієнтам ставляться запитання про їхні наміри щодо подальшого користування послугами готелю, наприклад: Як часто Ви зупиняєтесь у нашому готелі? Чи розглядаєте інші готелі для Вашої наступної поїздки?)

Результати опитувань дозволяють готелю:

- визначити рівень клієнтської лояльності;
- виявити фактори, що впливають на лояльність (наприклад, якість обслуговування, ціна, розташування);
- розробити стратегії підвищення лояльності (наприклад, програми лояльності, покращення якості обслуговування).

Таким чином, опитування є цінним інструментом для дослідження клієнтської лояльності в готелях, що дозволяє приймати обґрунтовані управлінські рішення.

Практичний кейс №2: моделювання бізнес-процесів у ресторанному бізнесі

Розглянемо приклад, коли дослідження проблем в діяльності ресторану на основі моделювання бізнес-процесів допомагає пошуку шляхів оптимальних рішень.

Проблемна ситуація. Ресторан «Смак сонця» – це невеликий, але дуже відомий серед мешканців міста заклад, який спеціалізується на середземноморській кухні. Завдяки високій якості страв та якісному обслуговуванню, ресторан швидко набрав популярність, кількість клієнтів стрімко зростає. Однак, зі збільшенням популярності і потоку відвідувачів, почали з'являтися проблеми:

– *скарги клієнтів на збільшення часу очікування виконання замовлень (особливо у вечірні години та вихідні дні);*

– *помилки у замовленнях (через велику кількість замовлень, офіціанти почали частіше помилятися, що призводило до невдоволення клієнтів);*

– *недоліки в управлінні запасами (ресторан почав відчувати нестачу деяких інгредієнтів, що призводило до затримки приготування страв та необхідності заміни інгредієнтів, що погіршило якість окремих страв);*

– *скарги кухарів на неефективний розподіл трудових обов'язків, нерівномірне навантаження на персонал (працівники кухні часто перевантажені, а деякі співробітники, на їх думку, не мають достатньо роботи).*

Пошук рішень. Власники ресторану вирішили звернутися до консультанта з бізнес-процесів, щоб проаналізувати роботу ресторану та виявити проблемні місця. Консультант провів моделювання бізнес-

процесів ресторану, використовуючи спеціалізоване програмне забезпечення.

В результаті моделювання було виявлено:

- «вузькі місця» в процесі прийому та обробки замовлень;
- неефективну організацію роботи працівників кухні ресторану;
- неефективне управління запасами ресторану.

На основі результатів моделювання, консультант розробив рекомендації щодо оптимізації бізнес-процесів ресторану:

- запровадження системи електронного прийому замовлень;
- реорганізацію роботи кухні з метою оптимізації виконання потоку замовлень щодо приготування страв в «пікові» дні і години;
- запровадження системи автоматизованого управління запасами;
- проведення навчання для співробітників з метою підвищення їхньої кваліфікації.

Результати: після впровадження рекомендацій консультанта, ресторан «Смак сонця» досяг значних покращень:

- час очікування страв скоротився на 30%;
- кількість помилок в замовленнях зменшилася на 50%;
- проблеми з управлінням запасами були вирішені;
- організація праці кухарів поліпшилася, ефективність праці персоналу (виручка від реалізації страв у розрахунку на одного працівника ресторану) зросла на 20%.

Таким чином, ресторан «Смак сонця» завдяки науковому дослідженню та моделюванню бізнес-процесів не тільки зміг вирішити проблеми, пов'язані з ростом популярності, підвищити ефективність роботи, але й підвищив якість обслуговування, задоволеність клієнтів.

Іншими словами, практичний кейс на прикладі ресторану «Смак сонця» ілюструє, як моделювання бізнес-процесів може стати потужним інструментом для виявлення «вузьких місць» та оптимізації роботи закладу, що зіткнувся з проблемами зростання. Завдяки науковому аналізу та розробленим на його основі рекомендаціям, ресторан зміг суттєво покращити ключові операційні показники, такі

як час очікування, кількість помилок, управління запасами та ефективність персоналу, що в кінцевому підсумку призвело до підвищення якості обслуговування, задоволеності клієнтів та прибутковості. Цей приклад підкреслює практичну цінність моделювання бізнес-процесів як основи для прийняття обґрунтованих управлінських рішень та досягнення операційної досконалості в ресторанному бізнесі.

Проблемні питання для дискусії по лекції 3

1. Який метод (аналіз, синтез, індукція) ефективніший для вивчення причин зниження лояльності клієнтів готелю?
2. Чому експеримент може бути неетичним у дослідженнях готельного сервісу (наприклад, штучне створення проблем)?
3. Які переваги має моделювання бізнес-процесів у ресторанному бізнесі порівняно з традиційними методами?
4. Чи можна використовувати опитування для прогнозування попиту на нові послуги в готелі? Обґрунтуйте.
5. Як інтегрувати емпіричні та теоретичні методи при аналізі ефективності персоналу?

ЛЕКЦІЯ 4. Наукова проблема та її формулювання

1. Сутність наукової проблеми: відмінність від практичного завдання.
2. Критерії вибору проблеми (актуальність, новизна, реалізаційний потенціал).
3. Формулювання проблеми у контексті готельно-ресторанного бізнесу.

Практичний кейс: дослідження проблеми адаптації готельної мережі «Імпульс» до умов воєнного стану.

Рекомендована література [1-12; 26; 29]

1. Сутність наукової проблеми: відмінність від практичного завдання

Ця лекція присвячена ключовому етапу будь-якого наукового дослідження – визначенню та формулюванню наукової проблеми. В процесі лекції маємо розглянути, чим наукова проблема відрізняється від практичного завдання, які критерії слід враховувати при її виборі, та як правильно сформулювати проблему дослідження в контексті готельно-ресторанного бізнесу.

Наукова проблема є відправною точкою будь-якого дослідження. Досліднику важливо правильно визначити наявну проблему, що починати дослідження з метою її діагностики та вирішення. Дуже важливо усвідомити, що наукова проблема завжди відображає суперечність між існуючим знанням та потребою в новому знанні для пояснення певного явища або вирішення практичного завдання.

Наукова проблема – це питання, на яке ще немає вичерпної відповіді в науковій літературі або існуючі відповіді є суперечливими, недостатньо обґрунтованими чи неповними. З'ясування, вивчення проблеми спрямоване на розширення меж пізнання, виявлення нових закономірностей, встановлення причинно-наслідкових зв'язків.

Практичне завдання – це конкретна ситуація, що потребує вирішення для досягнення певної практичної мети. Воно може

спиратися на вже існуючі знання та методи, але потребує їх адаптації або застосування до конкретних умов.

З'ясуємо відмінність між науковою проблемою та практичним завданням, звертаючись до ілюстрації прикладу готельно-ресторанного бізнесу:

Практичне завдання: «Забезпечити підвищення прибутковості ресторану на 20% протягом наступного року». Це завдання передбачає досягнення конкретного фінансового результату і може бути вирішене за допомогою відомих маркетингових, управлінських чи фінансових інструментів (наприклад, зниження витрат, підвищення цін, залучення нових клієнтів).

Наукова проблема: «Формування лояльності клієнтів до ресторану в умовах глобальних викликів та посилення конкуренції». Це питання потребує дослідження факторів глобального впливу, конкурентних чинників, сукупності психологічних, соціальних та маркетингових аспектів поведінки споживачів, виявлення нових закономірностей формування лояльності, розробки теоретичної моделі цього процесу. Розв'язання цієї проблеми може дати знання, корисні не лише для конкретного ресторану, але й для всієї галузі. Отже, наукова проблема спрямована на отримання нового знання, тоді як практичне завдання – на застосування існуючого знання для досягнення конкретної мети.

2. Критерії вибору проблеми

Вибір наукової проблеми є відповідальним етапом, що визначає подальший напрям дослідження, тему наукової роботи. При цьому слід враховувати такі критерії, як актуальність, новизна, реалізаційний потенціал майбутнього дослідження. Розкриємо сутність цих критеріїв.

Актуальність. Проблема має бути важливою для сучасної науки або практики, відповідати нагальним потребам розвитку суспільства, галузі чи конкретного підприємства. Актуальність проблеми для готельно-ресторанного бізнесу може бути зумовлена змінами в поведінці споживачів, появою нових технологій, посиленням

конкуренції, економічною нестабільністю, глобальними викликами, умовами воєнного стану тощо.

Новизна. Дослідження має спрямовуватися на отримання нових знань, розкриття невідомих аспектів явища, розробку нових підходів чи методів. Проблема може вважатися новою, якщо вона раніше не досліджувалася, досліджувалася недостатньо повно або в іншому контексті.

Реалізаційний потенціал. Результати дослідження мають бути придатними для практичного застосування, мати можливість впровадження в діяльність підприємств, організацій, сприяти вирішенню конкретних проблем чи поліпшенню існуючих процесів.

Крім цих основних критеріїв, під час вибору проблеми також слід враховувати:

- *значимість* (розв’язання проблеми має принести суттєву користь для науки, практики чи суспільства);
- *перспективність* (проблема має відкривати нові напрями для подальших досліджень);
- *доступність необхідних ресурсів і можливостей* для проведення дослідження (йдеться про час, фінанси, обладнання, інформацію, необхідні для розв’язання проблеми);
- *мотивацію дослідника* (проблема має бути цікавою для дослідника, викликати його творчий ентузіазм).

3. Формулювання проблеми у контексті готельно-ресторанного бізнесу

Правильне формулювання проблеми є надзвичайно важливим для успішного дослідження. Проблема має бути сформульована чітко, конкретно та однозначно, що відображає розв’язання суперечності між існуючим знанням та потребою в новому знанні.

Під час формулювання проблеми в контексті готельно-ресторанного бізнесу слід враховувати специфіку цієї галузі, її особливості та актуальні тенденції розвитку.

Наприклад, сформульована проблема може бути пов'язана з:

- підвищенням якості обслуговування та задоволеності клієнтів;
- оптимізацією управління операційними процесами (закупівлі, виробництво, обслуговування);
- впровадженням інноваційних технологій (штучний інтелект, автоматизація, мобільні додатки);
- розвитком екологічної відповідальності готельно-ресторанного бізнесу;
- вдосконаленням технологій управління персоналом (залучення, мотивація, утримання персоналу, професійний розвиток);
- адаптацією до змін у зовнішньому середовищі (економічні кризи, пандемії, політичні нестабільності, виклики та загрози).

Приклад: проблема адаптації готельно-ресторанної індустрії до постпандемічних умов.

Пандемія COVID-19 спричинила глибокі зміни у готельно-ресторанній індустрії, змусивши готельні мережі шукати нові шляхи адаптації до постпандемічних умов. Ця ситуація породила цілий комплекс проблем, які потребують наукових досліджень.

Наприклад, у сфері гостинності потребують формулювання наукові проблеми, виходячи з гострих питань, які виникли внаслідок пандемії:

- Які нові моделі споживчої поведінки сформувалися в постпандемічний період і як вони впливають на попит на готельні послуги?
- Які стратегії адаптації готельних мереж виявилися найбільш ефективними в умовах невизначеності та обмежень?
- Як змінилися вимоги клієнтів до безпеки та гігієни в готелях та ресторанах?

- Як готельно-ресторанні комплекси мають забезпечити відповідність цим вимогам?
- Яку роль відіграють цифрові технології у відновленні та розвитку готельно-ресторанного бізнесу після пандемії?
- Як змінилася структура витрат готельних мереж і ресторанів?
- Які нові підходи до управління якістю обслуговування є найбільш доцільними?
- Якою має бути соціальна відповідальність ресторану та готелю в контексті адаптації до постпандемічних умов?

Формулювання наукових проблем на основі низки цих та інших актуальних запитань і проведення відповідних досліджень допоможе ресторанам і готельним мережам розробити ефективні стратегії адаптації до нових умов, підвищити свою конкурентоспроможність та забезпечити сталий розвиток у майбутньому.

Практичний кейс: дослідження проблеми адаптації готельної мережі «Імпульс» до умов воєнного стану в Україні

Ситуація: готельна мережа «Імпульс» зіткнулася з численними викликами у зв'язку з воєнними діями в Україні, включаючи:

- зменшення кількості клієнтів через обмеження на подорожі та безпекові ризики;
- необхідність пристосування до нових вимог клієнтів, таких як безпека, гнучкість умов бронювання та додаткові послуги для віддаленої роботи;
- проблеми з логістикою та постачанням, що впливають на якість та вартість послуг;
- ризики пошкодження майна та інфраструктури готелів;
- необхідність підтримки та адаптації персоналу до роботи в умовах стресу та невизначеності.

Мета дослідження: визначити фактори, що впливають на адаптацію готельної мережі «Імпульс» до умов воєнного стану та

розробити рекомендації щодо підвищення ефективності цієї адаптації. Можливі напрями дослідження:

- оцінка впливу воєнних дій на операційну діяльність та фінансові показники готельної мережі «Імпульс»;
- аналіз змін у попиті на готельні послуги та визначення нових потреб клієнтів в умовах воєнного стану;
- оцінка ефективності застосування цифрових технологій для підтримки зв'язку з клієнтами та забезпечення безперервності бізнесу;
- вивчення вітчизняного та зарубіжного досвіду готельних мереж, які працюють в умовах воєнних конфліктів або інших кризових ситуацій;
- розробка рекомендацій щодо забезпечення безпеки персоналу та клієнтів, а також збереження майна готелів;
- аналіз ефективності програм підтримки та адаптації персоналу до роботи в умовах воєнного стану.

Очікувані результати дослідження.

Дослідження дозволить отримати нові знання про особливості функціонування готельних мереж в умовах воєнного стану та розробити практичні рекомендації для підвищення їхньої стійкості та адаптивності до кризових ситуацій.

Практичне значення дослідження.

Результати дослідження матимуть практичне значення для готельної мережі «Імпульс» та інших підприємств готельно-ресторанного бізнесу, які зіткнулися з проблемами адаптації до умов воєнного стану. Вони можуть бути використані для розробки антикризових стратегій, оптимізації операційних процесів, покращення управління персоналом та забезпечення сталого розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

Отже, практичний кейс на прикладі готельної мережі «Імпульс» підкреслює критичну необхідність глибокого наукового дослідження для успішної адаптації бізнесу до екстремальних умов воєнного стану. Визначення ключових факторів впливу, аналіз змін у поведінці клієнтів, оцінка ефективності технологій, вивчення досвіду інших,

розробка заходів безпеки та підтримки персоналу – все це є життєво важливими напрямками дослідження для забезпечення виживання та подальшого розвитку готельної мережі. Зауважимо, що очікувані результати дослідження можуть матимуть значну практичну цінність не лише для «Імпульсу», але й для всієї готельно-ресторанної галузі України, надаючи підґрунтя для розробки ефективних антикризових стратегій та підвищення стійкості бізнесу в умовах тривалої невизначеності.

Проблемні питання для дискусії по лекції 4

1. Чому проблема адаптації готелів до воєнного стану є науковою, а не лише практичною?
2. Як визначити, чи має проблема «адаптації до постпандемічних умов» реалізаційний потенціал?
3. Чи можна формулювати наукову проблему без чіткого розуміння контексту локального ринку готельних послуг?
4. Які критерії актуальності слід враховувати при дослідженні впровадження digital check-in?
5. Чому деякі проблеми готельного бізнесу залишаються нерозв'язаними, навіть якщо вони описані в наукових роботах?

ЛЕКЦІЯ 5. Наукова гіпотеза та її перевірка

1. Гіпотеза як основа дослідження: вимоги до формулювання.
2. Приклади гіпотез у сфері ресторанного та готельного маркетингу.
3. Експериментальні та статистичні методи перевірки.

Практичний кейс: наукова гіпотеза та її перевірка на прикладі мережі ресторанів.

Рекомендована література [4; 10; 11; 16; 17; 26; 29]

1. Гіпотеза як основа дослідження: вимоги до формулювання

Наукова гіпотеза є ключовим елементом будь-якого дослідження. Вона являє собою обґрунтоване припущення, яке висувається для пояснення певного явища або дослідження зв'язку між змінними.

Роль наукової гіпотези полягає в тому, що вона слугує основою для подальшого дослідження, визначаючи його напрямок та методи.

Основні вимоги до формулювання наукової гіпотези:

- чіткість;
- конкретність;
- перевірюваність;
- обґрунтованість;
- релевантність;
- простота формулювання.

Розглянемо детальніше, застосовуючи приклади, кожен з цих вимог до формулювання наукової гіпотези:

1. *Чіткість і конкретність.* Ця вимога означає, що гіпотеза повинна бути сформульована таким чином, щоб її зміст був однозначно зрозумілий. Не повинно бути місця для різних інтерпретацій або розпливчастих формулювань.

Наприклад, замість «Зниження цін може вплинути на клієнтів», краще сформулювати «Зниження цін на 10% збільшить лояльність клієнтів». Друге формулювання гіпотези є набагато більш чітким і

конкретним, оскільки вказує на конкретну величину зміни (10%) і конкретний результат (збільшення лояльності).

2. Перевірюваність. Гіпотеза повинна бути сформульована таким чином, щоб її можна було перевірити за допомогою емпіричних даних. Це означає, що повинні існувати методи і засоби для збору даних, які дозволять підтвердити або спростувати гіпотезу.

Наприклад, гіпотезу «Існує зв'язок між кольором стін ресторану і апетитом клієнтів» можна перевірити на основі проведення експерименту упродовж кварталу, в межах якого клієнти будуть відвідувати зали ресторану з різними кольорами стін; в межах експерименту слід оцінити і порівняти кількість спожитої їжі. Отримані емпіричні дані слід порівняти з даними аналогічного експерименту в інших ресторанах.

3. Обґрунтованість. Гіпотеза не повинна виникати з нічого. Вона повинна бути обґрунтована на основі існуючих знань, теорій або результатів попередніх досліджень. Це означає, що дослідник повинен провести огляд літератури і показати, чому він вважає, що його гіпотеза є правдоподібною.

Наприклад, гіпотеза «Впровадження програми лояльності з накопиченням бонусів призведе до збільшення середнього чеку» може бути обґрунтована на основі теорій поведінкової економіки, які показують, що люди схильні витратити більше грошей, якщо вони отримують винагороду.

4. Релевантність. Релевантна гіпотеза – це така, яка є доречною, важливою та актуальною для конкретного дослідження. Гіпотеза повинна бути релевантною до досліджуваної проблеми і мати значення для наукового співтовариства. Це означає, що вона повинна стосуватися важливого питання, яке ще не було вирішене, або повинна пропонувати новий погляд на існуючу проблему.

Наприклад, гіпотеза «Реклама в соціальних мережах ефективніше за традиційну рекламу для залучення молодіжної аудиторії» є релевантною, оскільки реклама в соціальних мережах є важливим

інструментом маркетингу, а молодіжна аудиторія є важливою цільовою групою для багатьох ресторанів.

5. Простота формулювання. Гіпотеза повинна бути сформульована максимально просто, без зайвих ускладнень. Це означає, що вона повинна бути зрозумілою навіть для тих, хто не є експертом в даній області. Простота формулювання дозволяє зосередитися на головній ідеї дослідження, без відволікання на складні терміни та конструкції.

Дотримання цих вимог дозволяє досліднику сформулювати гіпотезу, яка буде чіткою, перевірюваною, обґрунтованою, релевантною та простою, що, своєю чергою, підвищує якість і цінність наукового дослідження.

2. Приклади гіпотез у сфері ресторанного та готельного маркетингу

У сфері ресторанного та готельного маркетингу, де конкуренція є особливо високою, важливість науково обґрунтованих досліджень не може бути переоцінена. Гіпотези, що висувуються в рамках цих досліджень, слугують основою для розробки ефективних маркетингових стратегій, спрямованих на залучення та утримання клієнтів.

Розглянемо окремі *приклади гіпотез*, які можуть бути використані у сфері гостинності:

1) «Зниження цін на 10% збільшить лояльність клієнтів ресторану» (ця гіпотеза передбачає, що зниження цін призведе до збільшення лояльності клієнтів);

2) «Впровадження програми лояльності з накопиченням бонусів збільшить середній чек» (ця гіпотеза стверджує, що програма лояльності стимулюватиме клієнтів витратити більше грошей);

3) «Реклама в соціальних мережах ефективніше за традиційну рекламу для залучення молодіжної аудиторії» (ця гіпотеза порівнює ефективність різних каналів реклами для конкретної цільової аудиторії);

4) «Впровадження системи онлайн-бронювання столиків зменшить час очікування клієнтів» (ця гіпотеза передбачає, що онлайн-бронювання покращить організацію роботи ресторану);

5) «Проведення тематичних вечорів збільшить відвідуваність ресторану у будні дні» (ця гіпотеза стверджує, що тематичні вечори стимулюватимуть відвідуваність ресторану в менш популярні дні).

Нагадаємо, що зазначені твердження – це лише гіпотези, тобто уявлення, припущення, що слугують основою для подальших наукових досліджень у сфері ресторанного та готельного маркетингу.

3. Експериментальні та статистичні методи перевірки

Для перевірки наукових гіпотез використовуються різні методи, включаючи експериментальні та статистичні.

Експериментальні методи. Експеримент передбачає створення контрольованих умов, в яких дослідник маніпулює незалежною змінною, щоб виміряти її вплив на залежну змінну.

Наприклад, для перевірки гіпотези про вплив зниження цін на лояльність клієнтів можна провести експеримент, в якому одна група клієнтів отримає знижку, а інша – ні. Потім можна порівняти рівень лояльності обох груп.

Статистичні методи. Статистичні методи використовуються для аналізу даних, отриманих в результаті експерименту або спостереження. Існують різні статистичні методи, такі як t-тест, ANOVA, кореляційний аналіз та регресійний аналіз, які дозволяють визначити статистичну значущість результатів.

Статистичні методи дозволяють визначити ймовірність того, що отримані результати є випадковими, а не результатом впливу незалежної змінної. Наприклад, для перевірки гіпотези про вплив реклами в соціальних мережах на залучення молодіжної аудиторії можна провести опитування і проаналізувати дані за допомогою статистичних методів.

Практичний кейс: наукова гіпотеза та її перевірка на прикладі мережі ресторанів «Пузата Хата»

Розглянемо практичний кейс, де наукова гіпотеза перевіряється на прикладі відомої мережі ресторанів української кухні – «Пузата Хата».

Проблема: менеджери мережі ресторанів «Пузата Хата» спостерігають сезонні коливання у відвідуваності своїх ресторанів, особливо в будні дні. Крім того, вони прагнуть збільшити середній чек і привернути увагу нової аудиторії.

Гіпотеза: «Проведення тематичних фестивалів української кухні (наприклад, «Фестиваль вареників», «Фестиваль борщу») у будні дні збільшить відвідуваність ресторанів мережі на 20%, а середній чек у дні таких фестивалів зросте на 15% за рахунок додаткових замовлень».

Обґрунтування гіпотези:

- українська кухня є популярною серед широкої аудиторії;
- тематичні фестивалі створюють унікальний досвід і привертають увагу;
- фестивалі можуть стимулювати клієнтів замовляти більше страв, що збільшить середній чек;
- будні дні мають потенціал для збільшення відвідуваності, оскільки вони зазвичай менш завантажені.

Методи перевірки гіпотези:

1. Експеримент:

- мережа «Пузата Хата» проводить тематичні фестивалі в кількох ресторанах у різних містах протягом певного періоду (наприклад, 2 тижні); для контролю, інші ресторани мережі працюють у звичайному режимі;
- вимірюється відвідуваність та середній чек у ресторанах, де проводились фестивалі, та в контрольних ресторанах;
- результати порівнюються для визначення впливу фестивалів.

2. Статистичний аналіз:

- збираються дані про відвідуваність та середній чек до, під час та після проведення фестивалів;

– використовуються статистичні методи, такі як t-тест або ANOVA, для порівняння середніх значень і визначення статистичної значущості результатів;

– аналізуються дані про склад замовлень, щоб зрозуміти, які страви були найбільш популярними під час фестивалів;

– використовуються методи кореляційного аналізу для виявлення зв'язку між проведенням фестивалів та змінами у відвідуваності й середньому чеку.

Очікувані результати:

– якщо гіпотеза підтвердиться, мережа ресторанів «Пузата Хата» отримає докази ефективності проведення тематичних фестивалів для збільшення відвідуваності та суми середнього чека, що дозволить мережі розробити стратегію регулярного проведення таких фестивалів у будні дні;

– мережа зможе розширити свою цільову аудиторію, особливо серед молоді, яка цікавиться новими гастрономічними враженнями;

– за допомогою аналізу замовлень популярних страв під час фестивалів, мережа зможе оновити меню.

Висновок: розгляд цього практичного кейсу дозволив побачити, як наукова гіпотеза може бути використана для вирішення практичних проблем у ресторанному бізнесі. Перевірка гіпотези за допомогою експериментальних та статистичних методів дозволяє отримати об'єктивні дані та прийняти обґрунтовані управлінські рішення для підвищення ефективності роботи мережі ресторанів «Пузата Хата».

Отже, практичний кейс на прикладі «Пузатої Хати» чітко ілюструє процес наукової гіпотези в дії. Менеджери сформулювали конкретне припущення щодо впливу тематичних фестивалів на ключові бізнес-показники, обґрунтували його логічними міркуваннями та розробили чіткий план експериментальної перевірки з використанням статистичного аналізу. Успішне підтвердження гіпотези надасть мережі практично цінну інформацію для розробки ефективних маркетингових стратегій, спрямованих на збільшення відвідуваності,

зростання середнього чека та залучення нової аудиторії, демонструючи важливість наукового підходу для прийняття обґрунтованих бізнес-рішень.

Проблемні питання для дискусії по лекції 5

1. Які помилки можуть виникнути при формулюванні гіпотези про вплив інтер'єру ресторану на середній чек?
2. Чи можна перевірити гіпотезу «персоналізовані пропозиції збільшують лояльність гостей» без А/В тестування?
3. Як статистичні методи допомагають відрізнити кореляцію від причинно-наслідкового зв'язку в готельному маркетингу?
4. Чому гіпотези в галузі гостинності часто потребують міждисциплінарного підходу?
5. Як етичні норми впливають на вибір методів перевірки гіпотез (наприклад, експерименти з гостями)?

ЛЕКЦІЯ 6. Планування наукового дослідження

1. Структура плану наукового дослідження: мета, завдання, хронологія, ресурси.
2. Визначення SMART-цілей для дослідження.
3. Вибір методів дослідження для готельно-ресторанних проєктів.

Практичні кейси: планування наукового дослідження на прикладі ресторану; практичні приклади SMART-цілей.

Рекомендована література [1-18].

1. Структура плану наукового дослідження: мета, завдання, хронологія, ресурси

Планування є критично важливим етапом будь-якого наукового дослідження, оскільки воно визначає його структуру, напрям і ефективність. Ця лекція присвячена розгляду ключових аспектів планування наукового дослідження, особливо в контексті готельно-ресторанних проєктів.

Ретельно розроблений план забезпечує чітке розуміння мети, завдань, часових рамок і необхідних ресурсів для проведення дослідження. Основні елементи структури плану включають: мету дослідження, завдання дослідження, хронологію дослідження, ресурси дослідження (людські, фінансові, матеріальні, інформаційні).

Мета дослідження – це загальний опис того, чого дослідник прагне досягти. Мета має бути сформульована чітко й однозначно, визначаючи кінцевий результат, до якого прямує дослідження. Наприклад, метою дослідження в готельно-ресторанній справі може бути «розробка стратегії підвищення лояльності клієнтів готелю» або «оптимізація процесу управління запасами в ресторані».

Завдання дослідження – це конкретні кроки або етапи, які необхідно виконати для досягнення поставленої мети. Завдання мають бути конкретними, вимірними, досяжними, релевантними та обмеженими в часі (SMART).

Наприклад, для досягнення мети «розробка стратегії підвищення лояльності клієнтів готелю» завданнями можуть бути:

- проаналізувати існуючі підходи до управління лояльністю в готельному бізнесі;
- визначити фактори, що впливають на лояльність клієнтів конкретного готелю;
- розробити комплекс заходів для підвищення лояльності клієнтів;
- оцінити ефективність запропонованих заходів.

Хронологія дослідження – це детальний графік виконання кожного етапу дослідження з визначенням конкретних термінів. Хронологія допомагає забезпечити своєчасне виконання дослідження та уникнути затримок. Для готельно-ресторанних проєктів хронологія може включати такі етапи, як:

- підготовчий етап (визначення теми, огляд літератури, розробка інструментів дослідження);
- збір даних (проведення опитувань, спостережень, експериментів);
- аналіз даних (статистична обробка, інтерпретація результатів);
- розробка рекомендацій (формулювання практичних висновків);
- підготовка звіту (написання та оформлення наукової роботи).

Ресурси дослідження – це перелік усіх необхідних ресурсів для проведення дослідження. Для готельно-ресторанних проєктів ресурси дослідження можуть передбачати:

- людські ресурси (дослідники, асистенти, експерти);
- фінансові ресурси (бюджет на проведення дослідження, оплата праці, витрати на матеріали та обладнання);
- матеріальні ресурси (обладнання, програмне забезпечення, приміщення);
- інформаційні ресурси (доступ до наукових баз даних, бібліотек, архівів).

2. Визначення SMART-цілей для дослідження

Для забезпечення ефективності планування важливо формулювати цілі дослідження за принципом SMART. Термін «SMART-цілі» походить з концепцій менеджменту та планування (запровадив Джордж Доран у своїх публікаціях 1981 року). SMART – це аббревіатура, яка допомагає чітко визначити критерії для постановки цілей, щоб зробити їх більш ефективними та досяжними:

- Specific (конкретна): ціль має бути чітко визначеною, без розпливчастих формулювань;
- Measurable (вимірювана): мають існувати критерії для оцінки досягнення цілі;
- Achievable (досяжна): ціль має бути реалістичною з урахуванням наявних ресурсів та обмежень;
- Relevant (релевантна): ціль має відповідати загальній меті дослідження та мати практичне значення;
- Time-bound (обмежена в часі): має бути визначений конкретний термін досягнення цілі.

Наприклад, у контексті готельно-ресторанної справи, замість загальної цілі «підвищити ефективність CRM-системи» доцільно сформулювати SMART-ціль: «Підвищити ефективність CRM-системи готелю на 15% за 6 місяців шляхом впровадження автоматизованих інструментів сегментації клієнтів та персоналізованих пропозицій, що дозволить збільшити кількість повторних бронювань на 10%».

3. Вибір методів дослідження для готельно-ресторанних проєктів

Вибір методів дослідження залежить від мети, завдань дослідження, типу даних, які необхідно зібрати, та доступних ресурсів. Для готельно-ресторанних проєктів можуть бути застосовані різноманітні методи, зокрема:

– *опитування* (проводиться для збору інформації про думки, потреби та задоволеність клієнтів, мотивацію персоналу, імідж готелю чи ресторану; формати опитувань – анкетування, інтерв'ю, онлайн-опитування);

– *спостереження* (проводиться для вивчення поведінки клієнтів у реальних умовах, наприклад, спостереження за процесом обслуговування, взаємодією клієнтів з персоналом, використанням інфраструктури готелю);

– *експеримент* (проводиться для вивчення впливу певних факторів на поведінку клієнтів або ефективність бізнес-процесів. Наприклад, можна провести експеримент з введенням нової послуги або зміною дизайну інтер'єру та вивчити, як це вплине на задоволеність клієнтів та прибуток);

– *аналіз документів* (проводиться для вивчення статистичних даних, фінансової звітності, звітів про продажі, відгуків клієнтів, щоб отримати інформацію про тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу, ефективність маркетингових стратегій, фінансовий стан підприємства);

– *метод «таємного покупця»* (проводиться для оцінки якості обслуговування та дотримання стандартів у готелях та ресторанах);

– *фокус-групи*: (призначені для збору якісної інформації про потреби, очікування та вподобання клієнтів, а також для генерації нових ідей та концепцій).

Під час вибору методів дослідження важливо враховувати їхні переваги та обмеження, а також забезпечити їхню відповідність меті та завданням дослідження.

Таким чином, ретельне планування наукового дослідження, включаючи визначення чіткої структури, формулювання SMART-цілей та вибір відповідних методів, є запорукою успішного досягнення поставлених цілей та отримання цінних результатів, які можуть бути застосовані для покращення діяльності готельно-ресторанних підприємств.

Практичний кейс №1: планування наукового дослідження на прикладі ресторану

Тема дослідження: Вплив змін у меню на відвідуваність та прибутковість ресторану «Смак сонця».

Мета дослідження: визначити, як зміни в меню впливають на відвідуваність та прибутковість ресторану «Смак сонця».

Завдання дослідження:

- проаналізувати поточне меню ресторану;
- розробити нове меню з урахуванням відгуків клієнтів;
- провести експеримент з новим меню, проаналізувати нові відгуки;
- оцінити зміни у відвідуваності та прибутковості ресторану до і після оновлення меню;
- порівняти результати з попередніми показниками відвідуваності та прибутковості ресторану;
- зробити висновки та надати рекомендації.

Хронологія дослідження:

- місяць 1-й: аналіз поточного меню та розробка нового меню;
- місяць 2-й і 3-й: проведення експерименту з новим меню;
- місяць 4-й: аналіз даних та порівняння результатів;
- місяць 5-й: написання звітів, розробка рекомендацій.

Ресурси дослідження:

- фінансові ресурси: кошти для проведення експерименту та аналізу даних;
- людські ресурси: дослідники, аналітики, персонал ресторану;
- матеріальні ресурси: програмне забезпечення для аналізу даних, обладнання для експерименту;
- інформаційні ресурси: дані про продажі, відвідуваність, відгуки клієнтів.

Методи дослідження:

- аналіз даних про продажі та відвідуваність;
- опитування клієнтів про їхні переваги;
- експеримент з новим меню;
- статистичний аналіз.

Отже, розгляд наведеного практичного кейсу дозволяє переконатися в тому, що планування наукового дослідження може допомогти ресторану «Смак сонця» покращити свою роботу та збільшити прибутковість.

Практичний кейс №2: приклади SMART-цілей для дослідження у сфері гостинності

Рекомендації для командної роботи

Студенти створюють 5 команд дослідників (по 3-5 осіб). Кожна група аналізує і коментує свій окремий приклад певної сукупності SMART-цілей для дослідження у сфері гостинності, присутні задають питання. Нагадаємо, що SMART – це аббревіатура (*Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound*), яка допомагає чітко визначити критерії для постановки цілей, які мають бути конкретними, вимірюваними, досяжними, релевантними, обмеженими в часі. Після обговорення практичних прикладів кожна група має сформулювати свої висновки про особливості і роль SMART-цілей, зробити свої пропозиції.

Практичний приклад 1. SMART-цілі дослідження на прикладі готелю «Сонячний»:

– *конкретна (Specific)*: визначити основні чинники, що впливають на задоволеність клієнтів конкретного готелю «Сонячний» у місті Кропивницький;

– *вимірювана (Measurable)*: зібрати та проаналізувати дані не менше ніж 200 анкет зворотного зв'язку від гостей готелю за травень-червень 2025 року;

– *досяжна (Achievable)*: провести опитування серед гостей, що виїжджають, використовуючи онлайн та паперові анкети, розповсюджуючи їх на рецепції та надсилаючи електронною поштою;

– *релевантна (Relevant)*: результати дослідження допоможуть готелю «Сонячний» розробити та впровадити конкретні заходи для підвищення рівня задоволеності клієнтів та покращення якості послуг;

– *обмежена в часі (Time-bound)*: завершити збір та аналіз даних, а також підготувати науковий звіт з рекомендаціями прикладі готелю «Сонячний» до 30 липня 2025 року.

Практичний приклад 2. SMART-цілі дослідження на прикладі готелів мережі «Комфорт»:

– *конкретна (Specific)*: оцінити вплив впровадження нової системи онлайн-бронювання на завантаженість номерів у готелях мережі «Комфорт»;

– *вимірювана (Measurable)*: порівняти середній відсоток завантаженості номерів за 3 місяці до впровадження системи (січень-березень 2025 року) з середнім відсотком завантаженості за 3 місяці після впровадження (вересень-листопад 2025 року);

– *досяжна (Achievable)*: отримати статистичні дані з внутрішньої системи управління готелями мережі «Комфорт»;

– *релевантна (Relevant)*: результати дослідження дадуть змогу оцінити ефективність інвестицій у нову технологію та прийняти рішення щодо її подальшого масштабування;

– *обмежена в часі (Time-bound)*: провести аналіз даних та підготувати науковий звіт про вплив нової системи бронювання на діяльність готелів мережі «Комфорт» до 15 грудня 2025 року.

Практичний приклад 3. SMART-цілі дослідження на прикладі ресторанів мережі «Смакота»:

– *конкретна (Specific)*: дослідити переваги та недоліки впровадження електронного меню з QR-кодами у ресторанах мережі «Смакота»;

– *вимірювана (Measurable)*: провести опитування серед не менше ніж 150 клієнтів, які користувалися електронним меню, та зафіксувати час обслуговування замовлень до та після впровадження електронного меню (середнє значення для 50 випадкових замовлень);

– *досяжна (Achievable)*: розповсюдити короткі анкети серед клієнтів безпосередньо в ресторанах та проаналізувати дані з системи обліку замовлень;

– *релевантна (Relevant)*: результати дослідження допоможуть мережі «Смакота» прийняти обґрунтоване рішення щодо подальшого використання та вдосконалення електронних меню;

– *обмежена в часі (Time-bound)*: зібрати дані та підготувати науковий звіт про результати дослідження на прикладі ресторанів мережі «Смакота» до 31 жовтня 2025 року.

Практичний приклад 4. SMART-цілі дослідження на прикладі кав'ярень у місті Кропивницький:

– *конкретна (Specific)*: виявити основні фактори, що впливають на лояльність клієнтів до незалежних кав'ярень у місті Кропивницький;

– *вимірювана (Measurable)*: провести глибинні інтерв'ю з 10 постійними клієнтами трьох різних незалежних кав'ярень (загалом 30 інтерв'ю) та проаналізувати їхні відповіді за ключовими темами;

– *досяжна (Achievable)*: зв'язатися з власниками кав'ярень та домовитися про проведення інтерв'ю з їхніми постійними клієнтами;

– *релевантна (Relevant)*: результати дослідження нададуть розуміння ключових аспектів, які стимулюють повторні візити та формування стійкої прив'язаності клієнтів до незалежних закладів;

– *обмежена в часі (Time-bound)*: провести всі інтерв'ю, транскрибувати та проаналізувати дані до 15 вересня 2025 року.

Практичний приклад 5. SMART-цілі дослідження на прикладі готелів мережі «Затишок»:

– *конкретна (Specific)*: оцінити ефективність впровадження програми навчання з підвищення якості обслуговування для молодшого персоналу готелів мережі «Затишок»;

– *вимірювана (Measurable)*: порівняти середню оцінку рівня задоволеності клієнтів (за даними онлайн-відгуків та анкет) за 2 місяці до початку навчання (березень-квітень 2025 року) з середньою оцінкою за 2 місяці після завершення навчання (липень-серпень 2025 року);

– *досяжна (Achievable)*: отримати доступ до даних зворотного зв'язку клієнтів з внутрішньої системи мережі «Затишок»;

– *релевантна (Relevant)*: результати дослідження допоможуть оцінити ефективність інвестицій у навчання персоналу та прийняти рішення щодо подальшого розвитку навчальних програм;

– *обмежена в часі (Time-bound)*: зібрати та проаналізувати дані, а також підготувати звіт про ефективність програми навчання до 30 вересня 2025 року.

Таким чином, узагальнюючи розглянуті практичні кейси, можна зробити висновок, що наукові методи дослідження є потужним інструментарієм для вирішення різноманітних проблем та оптимізації діяльності в сфері гостинності. Кейс ресторану «Смак сонця» демонструє важливість ретельного планування наукового дослідження, включаючи чітке визначення мети, завдань, методів, термінів та необхідних ресурсів для отримання обґрунтованих висновків. У свою чергу, приклади SMART-цілей наочно ілюструють ключові принципи ефективного формулювання дослідницьких завдань, що забезпечує їхню конкретність, вимірюваність, досяжність, релевантність та обмеженість у часі, що є фундаментом для успішного проведення будь-якого наукового дослідження. Разом ці кейси підкреслюють, що системне застосування наукових методів дозволяє підприємствам галузі гостинності приймати більш обґрунтовані рішення, підвищувати ефективність своєї діяльності та досягати поставлених цілей.

Проблемні питання для дискусії по лекції 6

1. Чому SMART-цілі важливі для дослідження впливу сезонності на завантаженість готелів?
2. Які ресурси часто ігнорують при плануванні досліджень у готельному бізнесі?
3. Чи можна використовувати кількісні та якісні методи одночасно у дослідженні ресторанного меню?
4. Як змінити план дослідження, якщо експеримент з digital check-in показав неочікувані результати?
5. Чому хронологія етапів дослідження критична для аналізу динаміки клієнтських скарг?

ЛЕКЦІЯ 7. Науковий експеримент

1. Види експериментів (лабораторні, польові, натуральні).
2. Планування А/В тестування для оцінки ефективності рекламних кампаній готелів та ресторанів.
3. Аналіз результатів експериментів на прикладі сфери гостинності: інтерпретація даних про завантаженість номерів.

Практичний кейс: експеримент із впровадженням digital check-in у готелі

Рекомендована література [4; 11–15].

1. Види експериментів (лабораторні, польові, натуральні)

Науковий експеримент є одним з найпотужніших методів дослідження, що дозволяє встановлювати причинно-наслідкові зв'язки між явищами. Ця лекція присвячена розгляду сутності наукового експерименту, його видів, особливостей планування та аналізу результатів, з акцентом на застосування у готельно-ресторанній індустрії.

Залежно від умов проведення та ступеня контролю над змінними, виділяють різні види експериментів: лабораторні, рольові, натуральні. Розглянемо їх сутність.

Лабораторні експерименти проводяться у спеціально створених умовах, що забезпечують максимальний контроль над усіма змінними, крім тих, що є предметом дослідження. Наприклад, у готельно-ресторанній справі це може бути дослідження впливу освітлення на апетит відвідувачів у спеціально обладнаній лабораторії. Перевагою є високий ступінь контролю, але результати можуть мати обмежену застосовність у реальних умовах.

Польові експерименти проводяться в реальних умовах, але з певним контролем над деякими змінними. Наприклад, готель може провести польовий експеримент з впровадженням нової послуги (наприклад, безкоштовний трансфер з аеропорту) та вивчити її вплив на задоволеність клієнтів. Перевагою є більша наближеність до

реальних умов, але контроль над змінними є меншим, ніж у лабораторних експериментах.

Натуральні експерименти проводяться в умовах, коли дослідник не втручається у природний хід подій, а використовує вже існуючі зміни або відмінності. Наприклад, дослідник може вивчити вплив зміни податкового законодавства на прибутковість готелів, порівнюючи показники до та після зміни. Перевагою є висока екологічна валідність (відповідність реальним умовам), але дослідник має найменший контроль над змінними.

2. Планування А/В тестування для оцінки ефективності рекламних кампаній готелів

Одним із можливих наукових експериментів у сфері гостинності є А/В тестування з метою оцінки ефективності рекламних кампаній готелів.

Взагалі А/В тестування (A/B testing) є різновидом експериментів, що широко застосовуються в маркетингу, зокрема для оцінки ефективності рекламних кампаній. Воно передбачає порівняння двох варіантів рекламного матеріалу (А та В), які відрізняються одним або кількома елементами (наприклад, заголовок, зображення, текст), щоб визначити, який з них є більш ефективним.

Планування А/В тестування для готелю включає такі етапи:

- *визначення мети тестування* (наприклад, збільшення кількості бронювань, підвищення пізнаваності бренду, залучення нових клієнтів);
- *вибір змінної для тестування* (наприклад, заголовок рекламного оголошення, зображення готелю, текст пропозиції, кнопка заклику до дії);
- *створення двох варіантів рекламного матеріалу (А та В)*, що відрізняються лише обраною змінною;
- *визначення цільової аудиторії* (наприклад, потенційні клієнти, які шукають готелі в певному регіоні);

- *розподіл аудиторії на дві групи (A та B), кожна з яких бачитиме лише один варіант рекламного матеріалу (розподіл має бути випадковим, щоб забезпечити об'єктивність результатів);*
- *запуск рекламної кампанії та збір даних про поведінку кожної групи (наприклад, кількість кліків, кількість бронювань);*
- *аналіз результатів та визначення варіанту, який є більш ефективним.*

Отже, запровадження А/В тестування у сфері гостинності, зокрема для оцінки рекламних кампаній готелів, цілком відповідає ознакам наукового експерименту, оскільки передбачає контрольоване порівняння варіантів, вимірювання результатів, формулювання гіпотез та систематичний аналіз даних для отримання знань.

3. Аналіз результатів експериментів на прикладі сфери гостинності: інтерпретація даних про завантаженість номерів

Завантаженість номерів є важливим показником ефективності роботи готелю. Аналіз даних про завантаженість дозволяє оцінити попит на послуги готелю, виявити тенденції та закономірності, а також прийняти обґрунтовані управлінські рішення.

Інтерпретація даних про завантаженість номерів у готелі передбачає такі етапи дослідження:

- *збір інформації про кількість зайнятих номерів та загальну кількість номерів за певний період (день, тиждень, місяць, рік);*
- *розрахунок показника завантаженості (розраховується як відношення кількості зайнятих номерів до загальної кількості номерів, виражене у відсотках);*
- *візуалізація даних (представлення даних у вигляді таблиць, графіків, діаграм для полегшення їх сприйняття та аналізу);*
- *аналіз тенденцій (виявлення змін у завантаженості з плином часу, наприклад, сезонні коливання, вплив святкових днів, проведення заходів);*

– *порівняння з іншими показниками*: порівняння завантаженості з іншими показниками діяльності готелю, такими як середній дохід з номера, дохід на наявний номер, витрати, прибуток;

– *виявлення факторів впливу* (визначення факторів, що впливають на завантаженість, таких як ціна, якість обслуговування, розташування, конкуренція, економічні умови);

– *формулювання висновків та рекомендацій* (на основі аналізу даних формулюються висновки про ефективність роботи готелю та розробляються рекомендації щодо її покращення (наприклад, зміна цінової політики, проведення маркетингових заходів, покращення якості обслуговування).

Практичний кейс: експеримент із впровадженням digital check-in у готелі

У сучасному готельному бізнесі, де швидкість та зручність обслуговування відіграють ключову роль у формуванні позитивного враження клієнта, впровадження інноваційних технологій стає не просто бажаним, а необхідним кроком. Digital check-in (*цифрова реєстрація*), як один із таких інструментів, обіцяє значно оптимізувати процес реєстрації, зменшити час очікування та підвищити рівень задоволеності гостей. Digital check-in – це процес реєстрації гостя в готелі за допомогою цифрових технологій, таких як мобільні додатки, вебсайти або кіоски самообслуговування, без необхідності особистого спілкування з персоналом на стійці реєстрації.

Розглянемо приклад експерименту у готелі «Надія».

Мета експерименту – оцінка впливу нової технології «digital check-in» на задоволеність клієнтів готелю «Надія» та ефективність процесу реєстрації.

Експеримент може бути спланований таким чином:

– *визначення двох груп клієнтів*: одна група (експериментальна) використовує digital check-in, інша (контрольна) проходить традиційну реєстрацію на рецепції;

- *забезпечення рівних умов*: обидві групи мають отримувати однаковий рівень обслуговування, за винятком способу реєстрації;
- *збір інформації*: збираються дані про час, витрачений на реєстрацію, задоволеність процесом реєстрації (за допомогою опитувань), кількість скарг, кількість повторних звернень;
- *аналіз даних*: порівнюються показники обох груп, визначаються статистично значущі відмінності;
- *інтерпретація результатів*: робляться висновки про вплив digital check-in на задоволеність клієнтів та ефективність процесу реєстрації.

Дослідники можуть зробити розгорнутий висновок для керівництва готелю, наприклад такий:

Висновок (приклад)

Проведене експериментальне впровадження digital check-in у готелі «Надія» засвідчило вагоме значення та значний потенціал технології digital check-in.

По-перше, експериментально підтверджено суттєве скорочення часу, необхідного для реєстрації гостя. Завдяки можливості попереднього заповнення необхідних даних онлайн та швидкої ідентифікації по прибуттю, процес оформлення значно прискорився порівняно з традиційною процедурою на рецепції. Це не лише зменшує час очікування для гостей, особливо після подорожі, але й підвищує їхню задоволеність від першого контакту з готелем.

По-друге, експеримент чітко зафіксував зростання рівня задоволеності клієнтів готелю «Надія», які скористалися послугою digital check-in. Зручність, швидкість та автономність процесу були високо оцінені гостями, що позитивно вплинуло на їхнє загальне враження від перебування в готелі. Задоволені гості – це запорука їхнього повернення та позитивних рекомендацій, що є важливим фактором для довгострокового успіху готелю.

По-третє, впровадження digital check-in продемонструвало значне зменшення навантаження на персонал рецепції. Автоматизація рутинних

операцій, пов'язаних з реєстрацією, дозволяє співробітникам рецепції перерозподілити свій час та зусилля на виконання більш важливих завдань, таких як надання персоналізованої уваги гостям, вирішення їхніх запитів та оперативне реагування на нестандартні ситуації. Це сприяє підвищенню ефективності роботи персоналу та покращенню якості обслуговування в цілому.

Водночас, експеримент допоміг виявити потенційні виклики, пов'язані з впровадженням digital check-in, такі як необхідність навчання персоналу, забезпечення технічної підтримки для гостей, інтеграція з існуючими системами управління готелем, а також питання безпеки персональних даних. Успішне впровадження digital check-in вимагатиме уважного врахування цих викликів та розробки ефективних стратегій для їхнього подолання».

Отже, наведений практичний кейс демонструє, як технологія «digital check-in» змінює традиційний підхід до реєстрації, показує, які переваги вона надає гостям та готелю «Надія» загалом, а також які виклики можуть виникнути під час її впровадження.

Проблемні питання для дискусії по лекції 7

1. Чому А/В тестування ефективніше лабораторних експериментів для оцінки рекламних кампаній готелів?
2. Які обмеження мають польові експерименти при впровадженні нових послуг у ресторані?
3. Чи можна інтерпретувати дані про завантаженість номерів без врахування зовнішніх факторів (наприклад, фестивалі)?
4. Як етика впливає на планування експериментів із участю гостей готелю?
5. Чому результати експерименту з digital check-in можуть бути непереконливими для інших готелів?

ЛЕКЦІЯ 8. Обробка та аналіз наукових даних в процесі наукових досліджень

1. Статистичні методи (кореляція, регресія) для аналізу даних про доходи ресторанів та готелів.
2. Візуалізація даних: інструменти для презентації результатів.
3. Інтерпретація отриманих результатів дослідження у контексті готельного менеджменту.

Практичний кейс: аналіз впливу погоди на доходи ресторану «Смачні сезони»

Рекомендована література [4; 11–15].

1. Статистичні методи (кореляція, регресія) для аналізу даних про доходи ресторанів та готелів

Ця лекція присвячена розгляду методів обробки та аналізу даних, отриманих в результаті наукових досліджень, з особливим акцентом на їх застосування в готельно-ресторанній індустрії. В процесі лекції розглянемо статистичні методи, інструменти візуалізації та підходи до інтерпретації даних у контексті ресторанного та готельного менеджменту.

Статистичні методи є потужним інструментом для аналізу кількісних даних, що дозволяє виявляти закономірності, тенденції та зв'язки між змінними. У контексті аналізу даних про доходи ресторанів, можуть бути застосовані такі методи, як *кореляційний і регресійний аналіз*. Розкриємо їх сутність докладніше.

Кореляційний аналіз – це метод аналізу, який дозволяє визначити, чи існує статистичний зв'язок між двома або більше змінними, і якщо існує, то наскільки він сильний. Наприклад, можна дослідити кореляцію між витратами на рекламу та доходами ресторану, між ціною страви та її популярністю, між рівнем задоволеності клієнтів та їх середнім чеком. Коефіцієнт кореляції (r) змінюється від -1 до +1. Значення близькі до +1 свідчать про прямий сильний зв'язок, близькі

до -1 – про зворотний сильний зв’язок, близькі до 0 – про відсутність зв’язку.

Регресійний аналіз – це метод аналізу, який дозволяє побудувати математичну модель, що описує залежність між однією змінною (залежною) та однією або кількома іншими змінними (незалежними). Наприклад, можна побудувати модель, що прогнозує доходи ресторану на основі таких факторів, як кількість місць, середній чек, сезонність, розташування. Регресійний аналіз дозволяє не тільки визначити силу зв’язку, але й оцінити вплив кожної незалежної змінної на залежну, а також зробити прогноз значення залежної змінної при заданих значеннях незалежних.

2. Візуалізація даних: інструменти для презентації результатів

Візуалізація даних є важливим етапом аналізу, оскільки вона дозволяє представити складні дані у наочній та зрозумілій формі, полегшуючи їх сприйняття та інтерпретацію. Існує багато інструментів для візуалізації даних, серед яких:

Tableau – це потужна система бізнес-аналітики, що дозволяє створювати інтерактивні та інформативні візуалізації, такі як графіки, діаграми, карти, дашборди. Tableau підтримує широкий спектр джерел даних, включаючи електронні таблиці, бази даних, хмарні сервіси. У готельно-ресторанній справі Tableau може бути використаний для візуалізації даних про завантаженість готелів, доходи ресторанів, відгуки клієнтів, ефективність маркетингових кампаній.

Power BI – це ще одна популярна система бізнес-аналітики від Microsoft, що пропонує широкий набір інструментів для збору, обробки, аналізу та візуалізації даних. Power BI інтегрований з іншими продуктами Microsoft, такими як Excel та Azure, що робить його зручним для користувачів, які вже використовують ці продукти. Power BI дозволяє створювати звіти, дашборди, інтерактивні візуалізації, а також обмінюватися ними з іншими користувачами.

Крім цих інструментів, для візуалізації даних також можна використовувати:

- *електронні таблиці* (наприклад, Microsoft Excel, Google Sheets) для створення простих графіків та діаграм;

- *мови програмування* (наприклад, Python, R) з бібліотеками для візуалізації даних (наприклад, Matplotlib, Seaborn, ggplot2) для створення більш складних та налаштованих візуалізацій;

- *інфографічні онлайн-інструменти* (наприклад, Canva, Infogram) для створення привабливих та легко зрозумілих інфографік.

3. Інтерпретація отриманих результатів дослідження у контексті готельного менеджменту

Інтерпретація даних є ключовим етапом аналізу, оскільки саме на цьому етапі дослідник робить висновки про значення отриманих результатів для вирішення поставленої проблеми. У контексті готельного менеджменту, інтерпретація даних має враховувати специфіку готельного бізнесу, його особливості та актуальні тенденції розвитку.

Під час інтерпретації отриманих результатів важливо:

- пов'язувати отримані результати з метою та завданнями дослідження;

- пояснювати значення статистичних показників (наприклад, коефіцієнтів кореляції та регресії) у контексті досліджуваної проблеми;

- виявляти практичні наслідки отриманих результатів для управління готелем;

- формулювати обґрунтовані рекомендації щодо покращення діяльності готелю;

- враховувати обмеження дослідження та можливі альтернативні інтерпретації даних.

Наприклад, якщо дослідження виявило сильну позитивну кореляцію між рівнем задоволеності клієнтів та їхньою лояльністю, це може бути інтерпретовано як підтвердження важливості забезпечення високої

якості обслуговування для утримання клієнтів. Якщо регресійний аналіз показав, що ціна є значним фактором, що впливає на попит на готельні номери, це може бути використано для розробки оптимальної цінової політики.

Таким чином, обробка, аналіз та інтерпретація даних є невід’ємною частиною наукового дослідження, що дозволяє перетворити сирі дані на цінну інформацію, необхідну для прийняття обґрунтованих управлінських рішень у готельно-ресторанній індустрії.

Практичний кейс: аналіз впливу погоди на доходи ресторану «Смачні сезони»

Ситуація:

У курортному місті та області працює мережа ресторанів «Смачні сезони», що спеціалізується на сезонній українській кухні. Менеджери ресторанної мережі помітили, що їхні доходи коливаються протягом року. Вони підозрюють, що фактор погоди може дуже впливати на відвідуваність закладу гостинності та його філій в місті і області, але хочуть це перевірити науково. З цього приводу звернулися до послуг консультантів-дослідників з проханням визначити вплив погоди на доходи та висловити рекомендації.

Завдання:

«З’ясувати питання: як погода впливає на доходи ресторанної мережі «Смачні сезони»? Чи варто змінювати роботу ресторанів з урахуванням чинника погоди?»

Етапи дослідження:

1. Збір даних:

- ресторан «Смачні сезони» збирає дані про свої щоденні доходи за останній рік;
- дослідники також збирають дані про щоденну погоду (температуру, опади) за той самий період з місцевої метеостанції.

2. Статистичний аналіз:

– кореляція (має бути використано кореляційний аналіз, щоб побачити, чи є зв'язок між погодою та доходами; наприклад, дослідники можуть виявити, що в дні з високою температурою продажі холодних напоїв зростають, а в дощові дні – знижуються);

– регресія (дослідники використовують регресійний аналіз, щоб визначити, наскільки сильно погода впливає на доходи, це дозволяє їм передбачити, як зміни погоди можуть вплинути на їхні майбутні продажі).

3. Візуалізація даних: для того, щоб зробити результати зрозумілими, дослідники використовують:

– графіки (наприклад, графік, що показує, як доходи ресторану «Смачні сезони» змінюються залежно від температури);

– таблиці (наприклад, укладають таблицю, що показує середні доходи ресторану «Смачні сезони» в різні погодні умови);

– карти (наприклад, карту, що показує, як доходи філій ресторану змінюються в різних районах міста і області залежно від погоди).

4. Інтерпретація результатів дослідження: на основі аналізу отриманих даних в процесі дослідження, консультанти роблять висновки, відповідаючи на запитання менеджерів ресторану «Смачні сезони»:

– Які погодні умови найбільше впливають на їхні доходи?

– Які страви та напої користуються найбільшим попитом у різні погодні умови?

– Як вони можуть адаптувати своє меню та маркетингові стратегії до змін погоди.

Виходячи з результатів аналізу дослідники-консультанти, наприклад, можуть визначити тісний зв'язок між доходами ресторану і фактором погоди, рекомендувати планувати закупівлю продуктів з урахуванням прогнозу погоди, запропонувати маркетингові акції: спеціальні знижки на холодні напої в спекотні дні, теплі страви – в дощові дні для стимулювання інтересу клієнтів та збільшення відвідувань ресторану.

Отже, серед рекомендацій можливі пропозиції – адаптувати меню ресторану та маркетингові стратегії до змін погоди, оскільки потребу цих змін підтверджує дослідження.

Таким чином, наведений практичний кейс показує, як наукове дослідження, зокрема статистичні методи та візуалізація даних, можуть допомогти ресторану «Смачні сезони» краще зрозуміти своїх клієнтів та більш гнучко адаптуватися до змін погоди. Отримані результати дослідження дозволять ресторану збільшити свої доходи та покращити якість обслуговування.

Проблемні питання для дискусії по лекції 8

1. Які статистичні методи найкраще підходять для аналізу зв'язку між ціною номерів і завантаженістю готелю?
2. Чому візуалізація даних є ключовою для презентації результатів дослідження власнику ресторану?
3. Як інтерпретувати кореляцію між погодою та доходами ресторану, якщо вона випадкова?
4. Чи можна використовувати Power BI для прогнозування попиту на банкетні послуги?
5. Які помилки часто роблять при аналізі даних про клієнтську лояльність?

ЛЕКЦІЯ 9. Наукова стаття та її структура

1. Вимоги до структури та змісту наукових статей.
 2. Стандарти оформлення наукових джерел. Правила оформлення списку використаних джерел в Україні.
 3. Написання анотації для статті про тренди ресторанного бізнесу.
- Практичне завдання: ознайомлення з вимогами наукових видань до оформлення статей. Написання тез (статті) та анотації.**
Рекомендована література [11-15, 20; 22-24].

1. Вимоги до структури та змісту наукових статей

Наукова стаття є основною формою представлення результатів наукових досліджень. Ця лекція присвячена розгляду вимог до наукової статті, її структури, правил оформлення наукових джерел та написання анотації, з акцентом на застосування дослідження в готельно-ресторанній індустрії.

Наукова стаття повинна бути чітко структурованою, логічною та послідовною.

Загальний підхід до оформлення наукових статей в розвинених країнах світу, зазвичай, передбачає такі основні частини її змісту: вступ, методологія дослідження, результати, висновки.

Вступ. У цій частині статті важливо зацікавити читача, обґрунтувати актуальність дослідження, сформулювати наукову проблему, визначити мету та завдання дослідження, а також стисло оглянути попередні дослідження з цієї теми. У вступі до статті про тренди ресторанного бізнесу, наприклад, можна описати сучасні виклики та можливості для ресторанної індустрії, обґрунтувати важливість дослідження нових трендів для успішного ведення бізнесу.

Методологія. Це наступна частина статті, де описуються методи, які були використані для проведення дослідження. Опис має бути достатньо детальним, щоб інші дослідники могли відтворити дослідження. Для статті про тренди ресторанного бізнесу, це може

бути опис методів збору даних (наприклад, опитування експертів, аналіз статистичних даних, контент-аналіз галузевих звітів), вибірки дослідження (наприклад, кількість та тип опитаних ресторанів), методів аналізу даних (наприклад, статистичний аналіз, якісний аналіз.

Результати. Ця частина статті відображає основні результати дослідження. Результати мають бути представлені об'єктивно, без інтерпретації чи коментарів автора. Для статті про тренди ресторанного бізнесу, це можуть бути дані про популярність різних трендів (наприклад, відсоток ресторанів, що впроваджують певний тренд), зміни у поведінці споживачів, пов'язані з цими трендами, вплив трендів на фінансові показники ресторанів. Результати можуть бути представлені у вигляді таблиць, графіків, діаграм.

Висновки. Це заключна частина статті, де автор підсумовує основні результати дослідження, робить висновки щодо підтвердження або спростування гіпотез, пропонує можливі напрями подальших досліджень, а також обговорює практичне значення отриманих результатів для готельно-ресторанної індустрії. У висновках до статті про тренди ресторанного бізнесу, наприклад, можна зробити висновки про те, які тренди є найбільш перспективними для розвитку ресторанного бізнесу в Україні, які бар'єри існують для їх впровадження, та які стратегії можуть допомогти ресторанам успішно адаптуватися до нових умов.

В Україні вимоги до структури та змісту наукових статей є більш деталізованими (Постанова ВАК України від 15.01.2003 № 7-05/1). Вони відповідають положенням Національного стандарту України ДСТУ 7152:2020 «Видання. Оформлення публікацій у журналах і збірниках» та Рекомендаціям ЄАНР (Європейської асоціації наукових редакторів) для авторів і перекладачів наукових статей англійською мовою.

Відповідно до цих вимог стаття, яка надсилається для публікації в українське наукове видання, має передбачати такі структурні елементи у змісті:

1) *постановка проблеми* у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями;

2) *аналіз останніх досліджень і публікацій*, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття;

3) *формулювання цілей статті* (постановка завдання);

4) *виклад основного матеріалу дослідження* з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів;

5) *висновки* з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку.

На початку статті наводяться вихідні дані, які мають включати УДК, тобто індекс універсальної десятикової класифікації, відомості про автора, назву статті, анотацію, ключові слова.

В кінці статті, після висновків – список використаних джерел. Таких вимог дотримуються наукові видання в Україні (наукові журнали, наукові збірники статей).

Стосовно окремих додаткових вимог і технічних особливостей оформлення статті (формат сторінки, поля, шрифт, інтервал та ін.) кожне наукове видання може мати свої специфічні правила, які висвітлюються *на сайтах* цих видань.

Практичне завдання: ознайомлення з вимогами фахових наукових видань до оформлення статей

Рекомендація: звернутися до сайтів наукових видань в Україні, познайомитися з вимогами та прикладами оформлення наукових статей (наприклад, «Центральноукраїнський науковий вісник. Економічні науки», «Академічні візії», «Вісник ЧНУ ім. Б. Хмельницького», «Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки)», «Економічний простір» та ін.).

2. Стандарти оформлення наукових джерел. Правила оформлення списку використаних джерел в Україні

Оформлення статті має завершуватися формуванням *списку використаних джерел* та обов'язковим наведенням *посилань* на ці використані джерела по тексту.

Правильне оформлення джерел є обов'язковою умовою для будь-якої наукової публікації. Воно дозволяє уникнути плагіату, підтвердити достовірність інформації, а також забезпечити можливість для інших дослідників перевірити та поглибити дослідження.

Існують різні стандарти оформлення джерел, серед найпоширеніших в світі є такі:

- APA (American Psychological Association) style (цей стиль широко використовується в соціальних науках, психології, освіті);
- Chicago style (цей стиль використовується в гуманітарних науках, історії, літературознавстві).

Основні принципи оформлення наукових джерел за будь-яким стандартом включають:

- наявність списку використаних джерел наприкінці наукової статті;
- унікальність кожного джерела у списку літератури;
- відповідність між посиланнями в тексті статті та записами у списку використаних джерел;
- повнота і точність інформації про кожне джерело (автор, назва, рік видання, видавництво, сторінки тощо);
- уніфікованість стилю оформлення для всіх джерел.

В Україні **правила оформлення списку використаних джерел при написанні наукових робіт** регулюються Національними стандартами, що відповідають за оформлення бібліографічної інформації в науковій роботі (ДСТУ ГОСТ 7.1:2006, ДСТУ 8302:2015). Зазначеними правилами визначається специфіка оформлення джерел наукової інформації – книг, навчальних посібників (в залежності від кількості авторів), тез доповідей на наукових конференціях, статей в періодичних виданнях,

законодавчих документів та ін. Ці вимоги можуть відрізнятися від міжнародних стандартів, тому при підготовці наукової статті для публікації в українському науковому виданні необхідно дотримуватися саме правил, визначених ДСТУ.

Слід мати на увазі, що окрім стандартного списку літератури, деякі наукові видання, особливо ті, що орієнтовані на міжнародну аудиторію, вимагають наведення «References». Це пов'язано з різними стандартами оформлення бібліографічних даних, які використовуються в Україні та за кордоном.

З'ясуємо призначення та особливості списку використаних джерел (списку літератури) і «References».

Список літератури (або «Список використаних джерел»):

- це традиційний список, який оформлюється згідно з українськими стандартами ДСТУ;
- містить повний перелік використаних джерел, оформлений кирилицею;
- зазвичай розташовується в кінці наукової статті, перед анотаціями.

References (або «Список посилань»):

- це список літератури, оформлений латиницею, згідно з міжнародними стандартами (наприклад, APA, MLA, Chicago);
- призначений для того, щоб зробити статтю зрозумілою для іноземних читачів та забезпечити її індексацію в міжнародних наукометричних базах даних;
- References, як правило, транслітерується з україномовних джерел, та перекладається англійською мовою.

З'ясуємо, в чому полягають основні відмінності між списком використаних джерел (списком літератури) і «References»:

- мова: «Список літератури» – кирилиця, «References» – латиниця;
- стандарти: «Список літератури» – ДСТУ, «References» – APA, MLA, Chicago;

– призначення: «Список літератури» – для українських читачів, «References» – для міжнародної аудиторії.

Важливо знати: якщо видання вимагає «References», то автору статті необхідно ретельно транслітерувати та перекласти всі джерела; слід дотримуватися вимог конкретного стандарту, який вказаний у правилах для авторів; наявність «References» підвищує цитованість статті в міжнародних наукометричних базах.

Практичне завдання: звернутися до сайту наукового видання (наприклад, «Центральноукраїнський науковий вісник. Економічні науки») та ознайомитися на прикладі статей з оформленням списку літератури і References.

3. Написання анотації до статті про тренди ресторанного бізнесу

Анотація є коротким резюме наукової статті, яке дає читачеві уявлення про її зміст. Анотація має бути інформативною, стислою (зазвичай, 150-250 слів), самостійною (не потребувати звернення до тексту статті) та об'єктивною (без оцінок автора).

Як приклад, анотація дослідження про тренди ресторанного бізнесу має включати такі елементи:

– *актуальність дослідження* (коротко описується важливість теми дослідження для ресторанної індустрії);

– *мета дослідження:* чітко формулюється мета статті (наприклад, визначення основних трендів розвитку ресторанного бізнесу в Україні);

– *методи дослідження:* стисло описуються методи, використані для збору та аналізу даних (наприклад, опитування експертів, статистичний аналіз, контент-аналіз);

– *основні результати* (коротко перераховуються найважливіші висновки дослідження, наприклад, визначено п'ять основних трендів: цифровізація, екологічність, персоналізація, гастрономічний туризм, здорове харчування);

– *висновки* (стисло формулюється наукове та практичне значення отриманих результатів для ресторанного бізнесу (наприклад, результати дослідження можуть бути використані ресторанами для розробки стратегій адаптації до нових умов та підвищення конкурентоспроможності).

Приклад анотації до статті:

«У статті досліджено актуальні тренди розвитку ресторанного бізнесу в Україні. Метою дослідження є визначення основних тенденцій, що формують сучасний ресторанний ринок. Для досягнення мети використано комплекс методів, включаючи опитування експертів, статистичний аналіз даних про відвідуваність та доходи ресторанів, а також контент-аналіз галузевих звітів. Визначено п'ять ключових трендів: цифровізація (впровадження онлайн-замовлень, мобільних додатків, систем лояльності), екологічність (використання місцевих та органічних продуктів, зменшення відходів), персоналізація (індивідуальний підхід до кожного клієнта, врахування його вподобань), гастрономічний туризм (просування регіональної кухні, організація гастрономічних турів), здорове харчування (пропозиція страв з низьким вмістом калорій, без глютену, вегетаріанських опцій). Результати дослідження можуть бути використані ресторанами для розробки стратегій адаптації до нових умов, залучення клієнтів та підвищення конкурентоспроможності».

Практичне завдання

1. Аналіз оформлення анотацій наукових статей:

Ознайомтеся з оформленням анотацій українською та англійською мовами на прикладі статей, розміщених на вебсайті наукового видання (наприклад, «Центральноукраїнський науковий вісник. Економічні науки»). Зверніть увагу на структуру, ключові елементи змісту, обсяг та мовні особливості.

2. Підготовка статті (тез) за темою магістерського дослідження:

Напишіть проєкт наукової статті (або тез доповіді) за темою вашого кваліфікаційного (магістерського) дослідження. Дотримуйтеся загальних вимог до структури та оформлення наукових публікацій.

3. Написання розширеної анотації до наукової статті:

Самостійно оберіть наукову статтю, яка відповідає тематиці вашого кваліфікаційного (магістерського) дослідження.

Напишіть розширену анотацію до цієї статті обсягом не менше 1800 знаків (з урахуванням пробілів). Анотація повинна відображати актуальність, мету, основні результати та наукову новизну дослідження, представленого в обраній статті.

4. Обґрунтування теми магістерської роботи:

Напишіть обґрунтування актуальності, наукової та практичної значущості обраної вами теми кваліфікаційної (магістерської) роботи.

5. Складання бібліографічного списку:

Складіть список наукових джерел (до 40 найменувань) за темою вашої магістерської роботи. Необхідно перевірити правильність оформлення списку відповідно до чинних правил бібліографічного опису.

Проблемні питання для дискусії по лекції 9

1. Чому структура статті про тренди ресторанного бізнесу має відрізнятися від звіту для інвесторів?

2. Як переконатися, що анотація статті про готельний маркетинг є зрозумілою для нефакхівців?

3. Чому стандарти оформлення джерел критичні для міжнародних публікацій?

4. Які секції наукової статті найважливіші для презентації результатів А/В тестування?

5. Як уникнути плагіату при аналізі чужих досліджень про клієнтський досвід?

ЛЕКЦІЯ 10. Основні види наукових робіт. Магістерська робота, дисертація, монографія

1. Основні види наукових робіт та їх роль для економіки та суспільства.
2. Особливості магістерської роботи: прикладні дослідження для готельно-ресторанного бізнесу; вимоги до новизни.
3. Дисертаційна робота: види, роль у розвитку науки та економіки. Вимоги до наукової новизни дисертацій.
4. Монографія як джерело глибокого аналізу наукових проблем.

Практичне завдання: користуючись інтернетом, ознайомитися з прикладами наукових робіт у сфері гостинності

Рекомендована література [11-15, 20; 22-24]

1. Види наукових робіт та їх роль для економіки та суспільства

Наука є одним із найпотужніших інструментів розвитку суспільства, економіки та культури. В Україні, як і в усьому світі, наукові дослідження формують основу для інновацій, технологічних проривів, покращення якості життя та вирішення глобальних викликів. Різноманітні види наукових робіт – від студентських статей, кваліфікаційних досліджень до фундаментальних монографій – відіграють ключову роль у цьому процесі, виконуючи функції генерації знань, їх систематизації та практичного впровадження.

Сьогодні українська наука, незважаючи на виклики (обмежені фінансування, міграція науковців, наслідки війни), залишається важливим чинником національної безпеки, економічного відновлення та інтеграції України у світовий науковий простір. Кожен вид наукової роботи має свою «нішу» у цій системі:

- *студентські роботи* (тези доповідей, статті, курсові, магістерські роботи) формують критичне мислення майбутніх фахівців;
- *наукові статті* поширюють актуальні відкриття через міжнародні журнали;

– *дисертації* закладають основу для академічної кар'єри та глибоких досліджень;

– *монографії* узагальнюють знання, стаючи довідковими джерелами для наступних поколінь.

Розкриємо роль окремих видів наукових робіт для розвитку освіти, економіки, культури, соціального розвитку та міжнародного визнання:

1. Освіта та інновації:

Кваліфікаційні роботи, наукові статті та дисертації стимулюють розвиток освіти, транслюючи нові ідеї в університетське середовище. Наприклад, дослідження з ІТ-технологій у магістерських роботах часто стають основою для стартапів.

2. Економіка та технології:

Наукові звіти та прикладні дослідження безпосередньо впливають на галузі: від агротехніки до кібербезпеки. Розробки українських учених у сфері енергоефективності або медицини покращують якість життя мільйонів людей.

3. Культура та ідентичність:

Монографії з історії, соціології чи мистецтва зберігають культурну спадщину, формують національну свідомість. Дослідження української мови, традицій чи літератури допомагають протистояти культурній асиміляції.

4. Соціальний розвиток:

Наукові роботи з екології, урбаністики або соціальної роботи пропонують рішення для міст, громад, вразливих груп населення. Наприклад, дослідження міграційних потоків через війну допомагають планувати гуманітарну допомогу.

5. Міжнародне визнання:

Публікації в Scopus або Web of Science підвищують престиж української науки, залучають інвестиції та міжнародні взаємодії та співробітництво.

Студенти зазвичай беруть участь у наукових конференціях, семінарах, публікаціях тез доповідей в матеріалах конференцій, статей

у наукових збірниках і журналах, дослідницьких проектах, наукових конкурсах/грантах, стартапах з науковою складовою, а також у практичних дослідженнях під час стажувань. Здобувачі вищої освіти в університетах можуть готувати тези, есе, аналітичні звіти, брати участь у створенні наукових оглядів, експериментах, соціальних опитуваннях. Часто це відбувається під керівництвом викладачів або в межах студентських наукових клубів/лабораторій. Діяльність спрямована на набуття досвіду, формування наукового мислення та апробацію ідей.

У таблиці 1 систематизовано основні види наукових робіт в Україні, надано їх стисло характеристику та розкрито особливості.

Таблиця 1

Основні види наукових робіт в Україні

Вид наукової роботи	Стисла характеристика та особливості
1	2
Есе	Стисла письмова робота, яка відображає особистий погляд автора на конкретну тему, проблему або явище. Вчить лаконічно висловлювати позицію, готує до написання складніших наукових текстів.
Тези доповідей	Короткий виклад ключових ідей дослідження (200-300 слів). Використовуються для участі у наукових конференціях. Акцент на новизні та висновках.
Наукова стаття	Повноцінне дослідження з чіткою структурою (вступ, методи, результати, обговорення). Публікується у наукових журналах після рецензування.
Науковий звіт	Документ, що фіксує результати дослідження для конкретного замовника (наприклад, підприємства). Містить рекомендації та практичні висновки.
Кваліфікаційна робота (магістерська)	Робота, що підтверджує кваліфікацію магістра. Включає аналіз літератури, емпіричне дослідження, практичні пропозиції (80-120 сторінок).
Кандидатська дисертація	Наукова робота для отримання ступеня кандидата наук. Вимагає оригінального внеску в науку, апробації результатів, публікацій. Обсяг: 150-300 сторінок.

Продовження таблиці 1

1	2
Докторська дисертація	Багаторівнева наукова робота для отримання ступеня доктора наук. Містить фундаментальний внесок у науку, нову теорію або методологію. Обсяг: 300-500 і більше сторінок.
Монографія	Обґрунтоване наукове дослідження, присвячене одній проблемі. Об'єднує теоретичний аналіз, емпіричні дані та авторські концепції. Обсяг: від 200 сторінок.

Примітка до таблиці 1:

- *тези доповідей* часто мають обмеження за обсягом і форматом;
- *наукова стаття* обов'язково містить анотацію, ключові слова, посилання на джерела (за стандартами журналу);
- *кваліфікаційні роботи* захищаються перед комісією, часто включають рекомендації для підприємства, галузі;
- *дисертації* супроводжуються авторефератом (стислий виклад змісту) та публічним захистом;
- *монографія* може бути колективною або індивідуальною (одноосібною), часто використовується для узагальнення багаторічних досліджень.

Сучасна українська наука сьогодні відчуває низку серйозних викликів: недостатнє державне фінансування, витік мізків – еміграція талановитих науковців, що призводить до втрати наукового потенціалу, а також неприпустимі явища академічної недоброчесності.

Водночас, трагічні події війни стали своєрідним каталізатором певних змін. Так, відчутно зросла суспільна значущість прикладних досліджень, спрямованих на вирішення нагальних проблем (передусім у сфері безпеки). З'явилися нові перспективи для розширення наукової співпраці з країнами Європейського Союзу.

Таким чином, наукові роботи в Україні є не просто академічними текстами, а дієвими інструментами суспільного поступу. Вони активно формують майбутнє нашої держави, поширюючи нові знання, стимулюючи інноваційну діяльність та об'єднуючи суспільство навколо спільних цінностей. Від всебічної підтримки молодих дослідників до поглибленої інтеграції у світові наукові мережі – саме через розвиток науки Україна має всі можливості для повної реалізації свого потенціалу у XXI столітті.

2. Особливості магістерської роботи: прикладні дослідження для готельно-ресторанного бізнесу; вимоги до новизни

Розглянемо основні види наукових робіт, які виконуються на різних етапах наукової кар'єри: магістерська робота, дисертація та монографія. Зосередимо увагу на їхніх особливостях, призначенні, вимогах до отримання результатів, які характеризуються новизною (з акцентом на застосування в готельно-ресторанному бізнесі).

Магістерська робота – це самостійне науково-дослідне кваліфікаційне дослідження, яке є завершальним етапом навчання на магістерській програмі. Вона демонструє здатність студента до самостійного аналізу актуальних наукових проблем, застосування теоретичних знань для їх вирішення, проведення власного дослідження з використанням відповідних методологій та формулювання обґрунтованих висновків і рекомендацій.

Особливості магістерської роботи:

– *має прикладний характер* (магістерська робота, як правило, спрямована на вирішення конкретної практичної проблеми, що має значення для певної галузі або підприємства);

– *базується на самостійному дослідженні* (студент самостійно визначає тему дослідження, розробляє методологію, збирає та аналізує дані, формулює висновки та пропозиції);

– *демонструє володіння методами дослідження* (у магістерській роботі студент повинен продемонструвати знання та вміння застосовувати сучасні методи наукового дослідження, включаючи збір, обробку та аналіз даних);

– *має чітку структуру* (ця структура передбачає вступ, теоретичний розділ (огляд літератури), аналітичний розділ (відображає методологію дослідження), заключний розділ з результатами та пропозиціями автора дослідження, висновки та список використаних джерел);

– *відповідає вимогам оформлення* (магістерська робота оформлюється відповідно до встановлених вимог (згідно ДСТУ), що включають форматування тексту, оформлення посилань, таблиць, рисунків тощо.

Вимоги до структури та обсягу роботи, її оформлення, рекомендовані теми досліджень, зазвичай, визначає кафедра.

В якості прикладу, *дослідження для готельного бізнесу* в магістерських роботах можуть бути спрямовані на:

– розробку та впровадження антикризових стратегій управління персоналом у готельному бізнесі;

– оптимізацію управління операційними процесами готелю (наприклад, управління бронюванням, управління номерним фондом, управління якістю послуг);

– розробку та впровадження нових технологій обслуговування клієнтів (наприклад, нові системи самообслуговування, мобільні додатки);

– підвищення ефективності маркетингової діяльності готелю (наприклад, розробка стратегії просування, аналіз задоволеності клієнтів, управління лояльністю);

– вдосконалення управління персоналом в готелі (наприклад, розробка системи мотивації персоналу, оцінка ефективності навчання);

– забезпечення сталого розвитку готелю (наприклад, розробка екологічних ініціатив, впровадження енергозберігаючих технологій);

– розробку та впровадження інноваційних форматів комунікації з клієнтами через соціальні медіа.

У свою чергу, *дослідження для ресторанного бізнесу* в магістерських роботах можуть бути спрямовані на:

– дослідження тенденцій розвитку ресторанного ринку та аналіз діяльності конкурентів;

– аналіз поведінки та вподобань споживачів, сегментації ринку та розробку цільових маркетингових заходів;

– впровадження інноваційних технологій для оптимізації роботи ресторану;

- розробку та впровадження екологічно орієнтованих бізнес-моделей у ресторанному підприємстві;
- аналіз якості ресторанних послуг та розробку стратегій її підвищення;
- ефективний розвиток ресторанного маркетингу та залучення клієнтів;
- розробку стратегій управління ризиками та забезпечення сталого розвитку ресторанного бізнесу;
- аналіз впливу корпоративної культури на ефективність роботи ресторану;
- вдосконалення управління персоналом та стратегії його професійного розвитку.

Перелік актуальних тем, як правило, рекомендує кафедра, але вони не є догмою, студент може запропонувати свою тему і порадитися з науковим керівником.

Важливо знати, що виконання магістерської роботи передбачає отримання *нових* наукових результатів.

Захист магістерської роботи – це не просто доповідь про виконане дослідження, це обґрунтування нових результатів, нових підходів, висновків, пропозицій, нових ідей.

Наукова новизна є обов'язковим елементом магістерської роботи, вона відображає особистий внесок студента у дослідження обраної теми дослідження. Хоча рівень новизни не є таким глибоким, як у кандидатській дисертації, він має чітко простежуватися і бути обґрунтованим.

Основні вимоги до елементів наукової новизни магістерських робіт студентів стосуються:

- *вибору актуальної теми* (тема дослідження повинна бути сучасною та важливою для відповідної галузі знань або практики, вона може стосуватися недостатньо вивчених аспектів відомих проблем або нових питань, що виникли у зв'язку з розвитком науки і технологій);
- *самостійності дослідження* (магістерська робота має бути результатом самостійної науково-дослідної роботи студента,

запозичення ідей та результатів інших авторів повинні бути належним чином оформлені з посиланнями на джерела);

– *отримання нових результатів* (робота повинна містити певні нові наукові результати, які раніше не були відомі або були досліджені недостатньо; ці результати можуть стосуватися результатів експериментів, опитувань, спостережень, виявлення нових закономірностей або зв'язків, удосконалення існуючих методик, розробки практичних рекомендацій, обґрунтування нових підходів, методів або інструментів для вирішення практичних проблем у відповідній сфері);

– *обґрунтованості, доказовості* (отримані нові результати повинні бути належним чином обґрунтовані з використанням наукових методів, підтверджені аналізом даних та мати логічну аргументацію).

Наукова новизна магістерської роботи повинна мати певну цінність для подальших наукових досліджень або для практичного застосування у відповідній галузі.

Рівні наукової новизни, які можуть бути відображені в магістерській роботі:

– *вперше* (отримано абсолютно нові дані, виявлено раніше невідомі закономірності або розроблено принципово новий підхід);

– *удосконалено* (внесено суттєві покращення до існуючих методів, методик або теоретичних положень, що підвищило їхню ефективність або розширило сферу застосування);

– *дістало подальшого розвитку* (на основі існуючих знань запропоновано нові ідеї, підходи або напрями для подальших досліджень; конкретизовано окремі аспекти досліджуваної проблеми, виявлено нові деталі або особливості відомих явищ).

У формулюванні наукової новизни та висновках рекомендується використовувати чіткі та лаконічні вирази, такі як «вперше...», «удосконалено...», «уточнено...», «дістало подальшого розвитку...», «виявлено...», «визначено...», «доведено...», «обґрунтовано...», «розроблено...».

Важливо пам'ятати, що наукова новизна магістерської роботи має бути реалістичною та відповідати рівню підготовки магістра. Головне – продемонструвати здатність до самостійного наукового пошуку, критичного мислення та отримання власних, хоч і не завжди революційних, наукових результатів.

Отже, магістерська робота є свідченням набуття студентом поглиблених знань та практичних навичок у обраній спеціальності та його готовності до професійної діяльності на більш високому рівні. Це кваліфікаційна робота, яка є підсумком навчання студента на магістерській програмі. Її виконання засвідчує здатність студента самостійно проводити наукові дослідження, аналізувати дані, виокремлювати нові результати, формулювати обґрунтовані висновки, робити доповідь, презентацію основного змісту роботи, давати вичерпні відповіді на запитання, відстоювати свої пропозиції.

3. Дисертаційна робота: види, роль у розвитку науки та економіки. Вимоги до наукової новизни дисертацій

Дисертаційна робота (дисертація) є кваліфікаційною науковою роботою, яку виконує здобувач для здобуття наукового ступеня кандидата або доктора наук. Вона є результатом самостійного наукового дослідження, яке має наукову новизну, теоретичне або практичне значення.

В Україні існують два основних види дисертацій: кандидатська та докторська. Вони відрізняються за рівнем наукової новизни, глибиною дослідження та вимогами до здобувача.

Кандидатські та докторські дисертації відіграють ключову роль у розвитку як науки, так і економіки, забезпечуючи надходження нових знань, технологій та висококваліфікованих фахівців.

Роль дисертаційних досліджень у розвитку науки:

– генерація нових знань (дисертаційні дослідження є основним джерелом отримання нових наукових фактів, закономірностей, теорій та методологій; кандидатські роботи часто закладають підґрунтя для

подальших, більш глибоких досліджень, а докторські роботи пропонують фундаментальні прориви та нові наукові напрями);

– *поглиблення існуючих знань* (дисертації сприяють критичному аналізу та переосмисленню вже відомих наукових концепцій, що призводить до їхнього уточнення, розширення та інтеграції);

– *розвиток наукової думки* (процес підготовки та захисту дисертацій стимулює наукову дискусію, обмін ідеями та формування нових наукових шкіл і напрямів);

– *підготовка наукових кадрів* (дисертаційні дослідження є важливим етапом у підготовці висококваліфікованих науковців, здатних самостійно проводити наукові дослідження, аналізувати отримані результати та робити науковий внесок);

– *міжнародна інтеграція* (вимоги до публікації результатів дисертацій у міжнародних наукових виданнях сприяють інтеграції української науки у світовий науковий простір та підвищують її видимість).

Роль дисертаційних досліджень у розвитку економіки:

– *впровадження інновацій* (результати дисертаційних досліджень, особливо в галузі технічних та прикладних наук, часто стають основою для розробки нових технологій, продуктів і послуг, що сприяє інноваційному розвитку економіки);

– *підвищення конкурентоздатності* (впровадження наукових розробок у виробництво та сферу послуг дозволяє підприємствам підвищувати свою ефективність, знижувати витрати та покращувати якість продукції, що сприяє зростанню їхньої конкурентоздатності на внутрішньому та зовнішньому ринках);

– *формування економіки знань* (підготовка докторів наук забезпечує економіку висококваліфікованими фахівцями, здатними здійснювати науково-технічний прогрес, впроваджувати новітні технології та генерувати нові знання, що є основою для формування економіки, заснованої на знаннях);

– *розв’язання економічних проблем* (дисертаційні дослідження в галузі економічних наук спрямовані на аналіз актуальних економічних проблем та розробку науково обґрунтованих рекомендацій щодо їхнього вирішення на макро- та мікрорівнях);

– *залучення інвестицій* (високий рівень науково-технічного розвитку, підкріплений якісними дисертаційними дослідженнями, може сприяти залученню як внутрішніх, так і зовнішніх інвестицій в економіку країни).

Таким чином, кандидатські та докторські дисертації слугують фундаментальною складовою системи науки та інновацій, що забезпечує постійний приріст знань, технологічний прогрес та підготовку висококваліфікованих кадрів, необхідних для сталого розвитку як науки, так і економіки України.

Наукова новизна є одним із ключових критеріїв оцінки дисертаційних робіт в Україні, як кандидатських, так і докторських. Вона відображає особистий внесок здобувача у розвиток відповідної галузі науки та є підтвердженням його здатності генерувати нові знання. Однак рівень і характер наукової новизни різняться для кандидатської та докторської дисертацій.

Основні відмінності між науковою новизною кандидатської та докторської дисертацій полягають у глибині, масштабі та впливі на науку. Кандидатська робота має демонструвати оригінальний внесок у розв’язання конкретної наукової проблеми – це може бути новий метод, удосконалення існуючих підходів або емпіричні результати, які розширюють межі знань у вузькій галузі. Наукова новизна тут часто обмежується локальним контекстом і не вимагає радикального переосмислення парадигми.

У таблиці 2 відображено сутнісні відмінності у вимогах до наукової новизни кандидатської і докторської дисертацій.

**Основні відмінності у вимогах до наукової новизни
кандидатської і докторської дисертацій**

Критерій	Кандидатська дисертація	Докторська дисертація
Рівень	Нові науково обґрунтовані результати	Нові науково обґрунтовані теоретичні або експериментальні результати
Об'єкт дослідження	Конкретне наукове завдання	Важлива наукова проблема
Масштаб	Локальний, спрямований на вирішення конкретної задачі	Фундаментальний, спрямований на вирішення значної проблеми
Внесок	Внесення нового елемента в існуючі знання	Створення нових напрямів, концепцій, теорій або відкриття нових явищ
Значення	Переважно теоретичне або практичне для конкретної сфери	Теоретичне або практичне значення, що виходить за межі конкретного завдання
Публікації	Публікації у фахових вітчизняних виданнях	Публікації у фахових вітчизняних виданнях, провідних наукових виданнях міжнародного рівня

З огляду змісту таблиці, можна підкреслити, що докторська дисертація передбачає фундаментальний прорив, що змінює розуміння проблеми в масштабі цілої наукової дисципліни або міждисциплінарного поля. Вона має формувати нову теорію, концепцію або методологію, здатність яких доведена не лише теоретично, а й через тривалий вплив на подальші дослідження. На відміну від кандидатської, де достатньо «заповнити прогалину», докторська повинна відкрити нові напрямки для науки, мати системний характер і підтверджену практичну або теоретичну трансформаційність.

Наприклад, якщо кандидатська може запропонувати новий алгоритм оптимізації витрат у готельному бізнесі, то докторська – створити цілісну модель сталого розвитку індустрії готельно-ресторанних послуг, інтегровану з глобальними економічними та екологічними процесами, що стане основою для міжнародних стандартів.

Кандидатська дисертація: вимоги до наукової новизни.
Кандидатська дисертація, яка подається на здобуття наукового ступеня кандидата наук (доктора філософії), має містити нові науково обґрунтовані результати, що розв'язують конкретне наукове завдання.

Наукова новизна кандидатської дисертації може проявлятися у наступних аспектах:

– *отримання нових фактів або емпіричних даних* (здобувач може вперше отримати експериментальні або статистичні дані, які раніше не були відомі науковій спільноті, важливо, щоб ці дані були достовірними, отримані з використанням належних наукових методів та мали значення для досліджуваної проблеми);

– *виявлення нових закономірностей або зв'язків* (дослідження може виявити раніше невідомі взаємозв'язки між явищами, процесами або змінними у певній галузі знань, це може включати встановлення причинно-наслідкових зв'язків або виявлення нових тенденцій);

– *розробка або модифікація методик дослідження* (здобувач може запропонувати нову або удосконалити існуючу методику дослідження, яка дозволяє отримати більш точні, надійні або ефективні результати у вирішенні конкретного наукового завдання);

– *нове теоретичне узагальнення або інтерпретація відомих фактів* (кандидатська дисертація може містити нове теоретичне пояснення існуючих емпіричних даних або запропонувати оригінальну інтерпретацію відомих наукових фактів, що призводить до глибшого розуміння досліджуваного явища);

– *розробка практичних рекомендацій або моделей* (на основі отриманих наукових результатів здобувач може розробити нові практичні рекомендації, методичні вказівки або моделі, які можуть бути використані для вирішення конкретних практичних проблем у відповідній сфері).

Важливо, щоб наукова новизна кандидатської дисертації була чітко сформульована у вступі та висновках, а отримані нові результати були належним чином обґрунтовані та підтверджені в основній частині роботи.

Докторська дисертація: вимоги до наукової новизни. Докторська дисертація, яка подається на здобуття наукового ступеня доктора наук, має містити нові науково обґрунтовані теоретичні або експериментальні результати, які розв'язують важливу наукову проблему. Вимоги до наукової новизни докторської дисертації є значно вищими, оскільки вона має засвідчувати здатність здобувача до проведення фундаментальних наукових досліджень та робити вагомий внесок у розвиток науки.

Наукова новизна докторської дисертації може проявлятися у таких аспектах:

– *створення нових наукових напрямів або концепцій* (докторська дисертація може започаткувати новий напрям досліджень у певній галузі науки або запропонувати принципово нову наукову концепцію, що змінює існуючі уявлення про досліджувані явища);

– *розв'язання великої та складної наукової проблеми* (дослідження має бути спрямоване на вирішення актуальної та значущої наукової проблеми, яка має теоретичне або практичне значення для відповідної галузі знань; отримані результати повинні бути фундаментальними та мати довгостроковий вплив);

– *створення нових теорій або узагальнень* (докторська дисертація може містити розробку нової наукової теорії або суттєве узагальнення існуючих теоретичних положень на основі глибокого аналізу та синтезу наукових знань);

– *виявлення принципово нових закономірностей, явищ або ефектів* (дослідження може призвести до відкриття раніше невідомих фундаментальних закономірностей, явищ або ефектів, що мають важливе значення для розвитку науки);

– *розробка нових методологічних підходів або принципів* (здобувач може запропонувати принципово нові методологічні підходи або фундаментальні принципи проведення наукових досліджень, які відкривають нові можливості для отримання знань у певній галузі).

Наукова новизна докторської дисертації повинна мати *теоретичне або практичне значення, що виходить за межі конкретного наукового завдання*, характерного для кандидатської дисертації. Отримані результати мають бути опубліковані у провідних наукових виданнях міжнародного рівня та отримати широке визнання наукової спільноти.

Таким чином, наукова новизна є визначальною характеристикою як кандидатської, так і докторської дисертацій, але її рівень, глибина та значущість суттєво відрізняються, відображаючи зростання вимог до наукової кваліфікації здобувача.

4. Монографія як джерело глибокого аналізу наукових проблем

Монографія є науковою працею, присвяченою глибокому та всебічному вивченню *однієї наукової проблеми або теми*. На відміну від статті, монографія не обмежується представленням результатів одного дослідження, а дає цілісний та систематизований аналіз проблеми на основі широкого кола джерел.

Монографія є важливим джерелом інформації для науковців, викладачів, студентів та практиків, оскільки вона:

– *містить глибокий аналіз проблеми* (монографія дозволяє всебічно дослідити проблему, розглянути різні точки зору, виявити її сутність та закономірності розвитку);

– *систематизує та узагальнює знання* (автор монографії проводить критичний огляд існуючих досліджень, виявляє прогалини та суперечності, пропонує власну концепцію або теорію;

– *представляє результати оригінальних досліджень* (монографія може містити результати власних досліджень автора, які підтверджують або розширюють існуючі знання);

– *сприяє розвитку наукової думки* (монографія може стати основою для подальших досліджень, відкривати нові напрями та перспективи).

У готельно-ресторанній індустрії монографії можуть бути присвячені таким актуальним проблемам, як:

– розвиток сталого туризму та екологічна відповідальність готелів;

- впровадження інноваційних технологій обслуговування споживачів у готельному та ресторанному бізнесі;
- управління якістю обслуговування та задоволеністю клієнтів;
- тенденції розвитку гастрономічного туризму та регіональної кухні;
- економічні аспекти функціонування готельних та ресторанних підприємств та інші.

Монографія може бути одноосібна або колективна (колектив авторів). Як правило, її публікація є цінним джерелом глибокого аналізу проблем, що дозволяє отримати цілісне уявлення про досліджувану тему та визначити перспективи її подальшого розвитку (наприклад, у галузі гостинності).

Практичне завдання

Користуючись інтернетом, студентам слід ознайомитися з прикладами наукових робіт, присвячених аспектам розвитку готельно-ресторанного бізнесу (тези доповідей, статті, кваліфікаційні роботи студентів (магістерська робота), кандидатська дисертація, докторська дисертація, монографія). Необхідно вміти пояснити відмінності видів цих робіт, зробити власний висновок про їх особливості та роль для розвитку науки, економіки, суспільства.

Проблемні питання для дискусії по лекції 10

1. Чому магістерська робота в галузі гостинності має містити практичні рекомендації?
2. Як довести наукову новизну дослідження про вплив екологічних ініціатив на імідж готелю?
3. Чи може монографія про ресторанний бізнес бути корисна для менеджерів, які не є науковцями?
4. Які ризики виникають при інтеграції даних з різних джерел у дисертаційній роботі?
5. Чому дисертація потребує глибшого теоретичного обґрунтування, ніж магістерська робота?

ЛЕКЦІЯ 11. Наукові дискусії та конференції

1. Форми наукових дискусій (панелі, круглі столи). Наукові конференції.
2. Підготовка презентації з використанням PowerPoint/Prezi.
3. Правила публічного виступу: як презентувати дослідження про ресторанні інновації на науковій конференції.

Практичне завдання: командна робота, виступи, презентації та дискусії, присвячені ресторанним інноваціям.

Рекомендована література [11-15; 25-28]

1. Форми наукових дискусій (панелі, круглі столи)

Ця лекція присвячена тому, як вчені обговорюють свої дослідження, обмінюються ідеями та представляють свої роботи на публічних заходах. В процесі лекції розглянемо, які бувають форми наукових дискусій, як підготувати презентацію та як правильно виступати перед аудиторією, особливо коли ви презентуєте дослідження про ресторанні інновації.

Наукові дискусії – це не просто суперечки, а організовані обговорення *актуальної проблеми*, де вчені діляться своїми думками, аргументами та доказами.

Розглянемо найбільш поширені формати наукових дискусій (табл. 1).

Таблиця 1

Відмінності між форматами наукових дискусій

Формати дискусій	Особливості наукових дискусій
Панельна дискусія	Фокус на дискусії між експертами перед аудиторією.
Круглий стіл	Невелика група учасників з рівноправним обговоренням без жорсткої програми.
Конференція	Масштабна подія з різними форматами (доповіді, панелі, постерні сесії).

Панельні дискусії. Їх організація зводиться до такого: кілька експертів збираються разом, щоб обговорити певну *актуальну проблему* перед аудиторією; кожен експерт висловлює свою точку зору, а потім вони відповідають на запитання з аудиторії. Приклад: уявіть собі, що ви на конференції, де обговорюють майбутнє ресторанного бізнесу, і там виступають відомі шеф-кухарі, ресторатори та експерти з харчових технологій, а у вас є можливість задати питання і отримати відповідь у відомого фахівця).

Круглі столи – це невеликі зустрічі, де учасники на партнерських відносинах обговорюють конкретну проблему або питання. На відміну від панельних дискусій, тут більше уваги приділяється обміну думками між усіма учасниками, а не лише виступам експертів. Наприклад, круглий стіл може бути присвячений обговоренню проблем ефективності та соціальної відповідальності ресторанного та готельного бізнесу, де кожен учасник може висловити свою думку та запропонувати рішення.

Наукова конференція – це організована професійна подія, де дослідники, експерти, практики та представники бізнесу обговорюють актуальні питання галузі, презентують результати досліджень, обмінюються досвідом та формують стратегії розвитку. У сфері гостинності такі конференції часто фокусуються на інноваціях, управлінні якістю послуг, адаптації до криз (наприклад, пандемії, війни), технологічних трендах (digital-трансформація, штучний інтелект) або сталій економіці.

Наукові конференції класифікують за низкою ознак, наприклад:

- *за масштабом:* міжнародні, національні (всеукраїнські), регіональні (місцеві) конференції;
- *за тематикою:* вузькоспеціалізовані, міждисциплінарні; галузеві;
- *за форматом проведення:* академічні, практичні, науково-практичні, гібридні (онлайн + офлайн);

– *за цільовою аудиторією*: для науковців та викладачів; для студентів та молодих дослідників; для бізнесу та інвесторів; для науковців, урядовців, бізнесу та ін.;

– *за спеціалізацією*: воркшопи (практичні семінари); постерні сесії (форма презентації наукових досліджень, де ключові ідеї, методи та результати роботи візуалізуються на плакаті (постері) для інтерактивного обговорення з аудиторією); панельні дискусії з експертами.

Зауважимо, що наукові конференції слугують важливим інструментом:

– *обміну знаннями* (поширення інноваційних ідей, методів досліджень, практичних кейсів);

– *критичного аналізу* (обговорення слабких місць досліджень, вдосконалення гіпотез);

– *мережування* (створення професійних зв'язків між науковцями, бізнесом та студентами);

– *інтеграції теорії та практики* (демонстрація застосування наукових розробок у реальному секторі (наприклад, готельному менеджменті)).

Поміркуємо, чому студенту бажано брати участь у наукових конференціях?

Участь студента у науковій конференції в якості слухача сприяє:

– *розширенню кругозору* (ознайомлення з актуальними трендами (наприклад, вплив AI на ресторанний сервіс), вивчення нових методів досліджень (наприклад, Big Data для аналізу бронювань готелів), уявлення про новітні дослідження);

– *натхненню для власних проєктів* (наприклад, студент, який відвідав доповідь про еко-готелі, може розробити власний кейс із зменшення відходів у ресторані);

– *формуванню критичного мислення* (аналіз чужих презентацій допомагає розрізняти сильні та слабкі аргументи).

Участь студента у науковій конференції в якості доповідача сприяє:

- розвитку академічних навичок (йдеться про написання тез, вміння структурувати думки, готувати презентації);*
- отриманню досвіду публічних виступів, навичок наукової комунікації, культури дискусії;*
- отриманню кваліфікованої оцінки свого дослідження з боку експертів (критика та поради допомагають покращити дослідження);*
- підвищенню впевненості (виступ перед аудиторією розвиває комунікаційні навички та стресостійкість).*

2. Підготовка презентацій з використанням PowerPoint/Prezi

Презентація – це візуальний спосіб представити наукове дослідження аудиторії. Щоб зробити хорошу презентацію свого виступу, треба застосувати спеціальні програми, зокрема такі як:

- PowerPoint* (найпопулярніша програма для створення презентацій, яка дозволяє створювати слайди з текстом, зображеннями, графіками та іншими елементами);
- Prezi* (це більш динамічна програма, яка дозволяє створювати презентації у вигляді інтерактивної карти; вона може бути корисною для представлення складних концепцій або процесів) та ін.

Під час підготовки презентації виступу на науковій конференції (семінарі) важливо:

- чітко визначити мету* (що саме ви хочете донести до аудиторії);
- структурувати інформацію* (поділити інформацію на логічні частини, зокрема, – вступ, теоретичну частину, аналітичну частину, отримані результати, висновки та пропозиції);
- використовувати візуальні елементи* (замість великої кількості тексту застосовувати зображення, графіки, діаграми);

– зробити слайди читабельними, для цього використати достатньо великий шрифт, контрастні кольори, уникати перевантаження слайдів інформацією з дрібним шрифтом;

– потренуватися виступати з презентацією, щоб почувати себе впевнено під час виступу.

3. Правила публічного виступу: як презентувати дослідження про ресторани інновації на науковій конференції

Зосередимо увагу на публічних виступах студентів на наукових конференціях. *Публічний виступ* – це можливість поділитися своїм дослідженням з іншими, отримати відгуки, поради, корисну критику, цінні підказки.

Ось кілька порад, як зробити ваш виступ ефективним:

– передусім оберіть цікаву для себе тему, яка водночас є дуже актуальною, щоб свій інтерес до проблеми передати аудиторії;

– намагайтеся під час виступу не користуватися текстом (краще підготуйтеся);

– будьте впевнені під час виступу: говоріть чітко та виразно, підтримуйте зоровий контакт з аудиторією;

– важливо підтримувати зацікавленість аудиторії під час виступу (почніть з цікавого факту, питання або історії, щоб привернути увагу слухачів, прибережіть також «родзинки» нових ідей під кінець виступу);

– пояснюйте складні речі просто: уникайте складних наукових термінів або пояснюйте їх простою мовою;

– використовуйте приклади: ілюструйте свої аргументи конкретними прикладами з вашого дослідження або з реального життя;

– залишайте час на запитання: будьте готові відповісти на запитання аудиторії після виступу;

– не забудьте подякувати учасникам конференції за увагу до вашого виступу і цікаві запитання.

Презентуючи дослідження про ресторанный інновації, наприклад, ви можете розповісти про нові технології, які змінюють ресторанный бізнес в світі, такі як онлайн-замовлення, роботи-офіціанти, доставка страв дронами на замовлення або 3D-друк їжі. Важливо показати, як ці інновації можуть покращити досвід клієнтів, збільшити ефективність роботи ресторанів або створити нові можливості для розвитку ресторанного бізнесу.

Практичне завдання №1: підготовка дискусії, презентація виступів

Орієнтовні питання для дискусії по темі лекції з акцентом на приклади сфери гостинності:

1. Які ключові елементи роблять презентацію про ресторанный інновації цікавою та запам'ятовуючою для наукової аудиторії?
2. Як ефективно донести складні технічні або статистичні дані про ресторанный інновації до різнопрофільної аудиторії наукової конференції?
3. Які візуальні засоби (слайди, графіки, відео) є найбільш доречними та ефективними для презентації дослідження про ресторанный інновації?
4. Як впоратися з хвилюванням та невпевненістю під час публічного виступу на науковій конференції? Які існують практичні техніки?
5. Які стратегії залучення аудиторії можна використовувати під час презентації дослідження про ресторанный інновації (наприклад, інтерактивні елементи, запитання до зали)?
6. Як ефективно відповідати на запитання аудиторії після презентації, особливо на критичні або несподівані?
7. Які етичні аспекти слід враховувати під час презентації наукових досліджень про ресторанный інновації (наприклад, авторство, плагіат, достовірність даних)?
8. Які типові помилки допускають доповідачі під час презентації наукових досліджень і як їх уникнути?
9. Як використовувати невербальну комунікацію (жести, міміка, контакт очима) для підсилення повідомлення під час презентації?

10. Як отримати конструктивний зворотний зв'язок після виступу та використати його для покращення майбутніх презентацій?

Практичне завдання №2: командна робота, виступи, презентації та дискусії, присвячені ресторанним інноваціям

Студенти групи самостійно створюють три команди. Кожна команда створює і публічно демонструє свою презентацію, відповідає на запитання, підтримує дискусію.

Мета практичного завдання – формування навичок командної роботи, вміння проводити дискусії та презентувати виступи, присвячені ресторанним інноваціям.

Ідеї для підготовки презентацій для 3-х груп команд:

Команда 1: презентація «Секрети захоплюючої презентації: від ідеї до овацій»

Фокус: розробка стратегії створення ефективної презентації про ресторанні інновації.

Завдання: підготувати коротку презентацію (5-7 хвилин), яка демонструє:

- чітке визначення мети презентації та ключового повідомлення;
- структурований план виступу (вступ, основна частина, висновки);
- використання принаймні трьох різних типів візуальних засобів (графік, зображення, ключові тези);
- прийоми для привернення уваги аудиторії на початку та утримання її протягом виступу (наприклад, цікавий факт, риторичне запитання);
- ефективне завершення презентації з чітким підсумком та заклик до дії (якщо доречно).

Команда 2: презентація «Майстерність комунікації: як донести складне просто»

Фокус: способи ефективної комунікації під час презентації дослідження про ресторанні інновації.

Завдання: підготувати невеликий фрагмент презентації (3-5 хвилин), що ілюструє:

- пояснення складної концепції або статистичного даного про ресторанні інновації простою та зрозумілою мовою (уникаючи надмірного використання професійного жаргону);
- використання аналогій, метафор або прикладів з реального життя для полегшення розуміння;
- демонстрацію впевненої та чіткої манери викладення матеріалу (темп мовлення, інтонація, паузи);
- залучення аудиторії через прямі звернення або короткі риторичні запитання;
- ефективна робота з візуальним матеріалом для підкреслення ключових моментів.

Команда 3: презентація «Професіонал на сцені: впевненість та відповіді на запитання»

Фокус: розвиток впевненості під час виступу та стратегії відповідей на запитання.

Завдання: підготувати коротку імітацію презентації (2-3 хвилини) з подальшою сесією «питання-відповіді» (3-5 хвилин), де:

- один або двоє учасників презентують ключову ідею дослідження про ресторанні інновації;
- інші учасники групи ставлять запитання (включаючи можливі критичні або провокаційні);

Презентери демонструють такі вміння:

- впевнена невербальна поведінка (контакт очима, постава, жести);
- спокійні та виважені відповіді на запитання;
- визнавати свою некомпетентність у певних питаннях (якщо це необхідно) та пропонувати шляхи отримання додаткової інформації;
- висловлювати вдячність за запитання, конструктивний зворотний зв'язок та увагу присутніх до своєї доповіді.

Отже, виконання цього практичного завдання допоможе студентам опанувати навичками командної дослідницької роботи, культурою наукової дискусії, дозволить глибше зрозуміти ключові аспекти ефективного публічного виступу, зокрема в контексті презентації досліджень про інновації у сфері гостинності.

Проблемні питання для дискусії по лекції 11

1. Як адаптувати презентацію про ресторани інновації для аудиторії з різним рівнем експертності?
2. Чому круглі столи ефективніші за лекції для обговорення етичних дилем у готельному бізнесі?
3. Які технологічні інструменти допомагають зробити презентацію про дослідження лояльності клієнтів більш переконливою?
4. Як відповідати на критичні запитання під час виступу про методи дослідження готельного ринку?
5. Чому участь у конференціях важлива для формування наукової репутації дослідника?

ЛЕКЦІЯ 12. Етика наукових досліджень

1. Принципи академічної доброчесності.
2. Відповідальність за фальсифікацію даних (на прикладах з готельно-ресторанної сфери).
3. Інструменти перевірки на плагіат («Antiplagiat», «Turnitin»).

Практичні завдання та кейси: розгляд ситуацій академічної недоброчесності.

Рекомендована література [11-13; 20; 22; 23; 24]

1. Принципи академічної доброчесності

Лекція присвячена надзвичайно важливій та фундаментальній складовій наукової діяльності – етиці наукових досліджень. У світі, де знання є рушійною силою прогресу, а наукові відкриття мають колосальний вплив на суспільство, дотримання високих етичних стандартів є не просто бажаним, а абсолютно необхідним.

Етика наукових досліджень – це складна система принципів і норм, що регулюють поведінку науковців на всіх етапах їхньої діяльності: від задуму дослідження та збору даних до аналізу результатів, їх публікації та подальшого впровадження. Вона є своєрідним моральним компасом, що вказує шлях до об'єктивності, чесності та відповідальності у науковому пошуку.

Особливої уваги в контексті етики наукових досліджень заслуговують взаємини між науковцями, здобувачами наукових ступенів та їхніми науковими керівниками, а також відносини між самими здобувачами. Ці міжособистісні зв'язки є критично важливими для формування наукової культури, обміну знаннями та забезпечення якісного наукового процесу.

Етика взаємин науковців ґрунтується на принципах взаємної поваги, колегіальності, об'єктивності та доброчесності. Вона передбачає чесне представлення власних результатів, коректне цитування праць колег, конструктивну критику та готовність до співпраці. У науковому

середовищі неприпустимі прояви недобросовісної конкуренції, плагіату, фальсифікації даних або привласнення чужих наукових здобутків.

Взаємини між здобувачем наукового ступеня та науковим керівником є особливим видом наукового співробітництва. Науковий керівник виступає не лише як наставник і порадник, але й як відповідальна особа за якість та етичність дослідження здобувача. Етика цих відносин передбачає взаємну довіру, повагу до інтелектуальної власності, чітке визначення ролі кожного учасника дослідження, об'єктивну оцінку результатів та своєчасне надання зворотного зв'язку. Здобувач, у свою чергу, несе відповідальність за самостійне виконання дослідження, чесне представлення даних та дотримання порад керівника.

Не менш важливими є етичні аспекти взаємодії між самими здобувачами наукових ступенів. Спільна робота над проектами, обмін ідеями та взаємна підтримка є важливими складовими наукового процесу. Проте, ці відносини повинні будуватися на принципах чесності, поваги до інтелектуальної власності один одного та недопущення академічної недоброчесності, зокрема плагіату чи фабрикації даних при спільній роботі.

На жаль, у науковому середовищі трапляються випадки порушення етичних норм, що завдають значної шкоди як окремим науковцям, так і науці в цілому. Фальсифікація даних, плагіат, необ'єктивне рецензування – це лише деякі приклади неетичної поведінки, які підривають довіру до наукових результатів та гальмують науковий прогрес. Особливо гостро ця проблема постає в таких чутливих сферах, як готельно-ресторанний бізнес, де неправдиві дані можуть мати серйозні економічні та соціальні наслідки.

Саме тому сьогодні ми детально розглянемо принципи академічної доброчесності, обговоримо відповідальність за фальсифікацію даних на конкретних прикладах з готельно-ресторанної сфери, а також ознайомимося з інструментами перевірки наукових робіт на плагіат, такими як «Antiplagiat» та «Turnitin». Усвідомлення та неухильне дотримання етичних норм є запорукою якісних наукових досліджень,

зміцнення довіри до науки та формування відповідального наукового співтовариства.

Академічна доброчесність – це набір правил і норм, які регулюють поведінку всіх учасників наукового процесу: дослідників, викладачів, студентів. Дотримання цих принципів є запорукою довіри до науки та забезпечення якості наукових досліджень.

Основні принципи академічної доброчесності включають:

1) *Чесність* (дослідники повинні бути чесними у своїх діях, не приховувати жодних даних або результатів, навіть якщо вони не відповідають їхнім очікуванням).

2) *Об'єктивність* (дослідники повинні прагнути до об'єктивності у своїх дослідженнях, уникати будь-яких упереджень або впливів, які можуть спотворити результати).

3) *Відповідальність* (дослідники несуть відповідальність за достовірність своїх даних, правильність проведених аналізів та обґрунтованість висновків).

4) *Повага до інтелектуальної власності* (дослідники повинні поважати права інших авторів, належним чином посилатися на їхні роботи та уникати плагіату).

5) *Відкритість* (дослідники повинні бути відкритими до критики та готовими ділитися своїми даними та методами з іншими науковцями).

Отже, важливо усвідомити, що плагіат – це не просто «погано», це пряме порушення академічної доброчесності, яке руйнує саму суть навчання та науки.

Студенти інколи під час виконання курсової або магістерської роботи припускаються до використання фрагментів тексту з інтернету. Поміркуємо, чому це *неприпустимо*:

1. *Обман себе*. Навчання – це процес розвитку критичного мислення, аналізу та творчості. Копіюючи чужі ідеї, студент уникає цього процесу, а отже, не опановує навички, необхідні для професійного життя. Наприклад, якщо ви пишете про етику в кейтерингу, але копіюєте чужий аналіз, ви не навчитеся самостійно оцінювати реальні кейси.

2. *Втрата довіри.* Наука будується на довірі: викладачі, колеги, майбутні роботодавці очікують, що ваші роботи – результат ваших зусиль. Плагіат руйнує цю довіру ментально. Уявіть, що ваш майбутній клієнт у готельному бізнесі дізнається, що ви «заробили» диплом шляхом копіювання – його ставлення до вас зміниться назавжди.

3. *Юридичні ризики.* Авторське право захищене законом. Використання чужих текстів, ідей чи даних без посилань може призвести до судових позовів, особливо якщо робота опублікована.

4. *Девальвація власного доробку.* Навіть якщо плагіат не викриють, ви самі знатимете, що ваша робота – фікція. Це підриває власну самооцінку та професійну гордість.

2. Відповідальність за фальсифікацію даних (на прикладах з готельно-ресторанної сфери)

Фальсифікація даних – це навмисне викривлення або підробка результатів дослідження. Це серйозне порушення етичних норм, яке може мати далекосяжні наслідки для репутації дослідника, наукової установи та всієї наукової спільноти.

Відповідальність за фальсифікацію даних може бути різною, залежно від тяжкості порушення та законодавства країни. Вона може включати:

- дисциплінарні заходи (зауваження, догана, виключення з університету або наукової установи);
- відкликання наукової публікації (вилучення статті з наукового журналу або збірника);
- позбавлення наукового ступеня (анулювання диплома кандидата або доктора наук);
- юридична відповідальність (у деяких випадках фальсифікація даних може бути кваліфікована як кримінальний злочин).

У готельно-ресторанній сфері приклади фальсифікації даних можуть включати:

- маніпулювання даними опитувань клієнтів (наприклад, навмисне збільшення кількості позитивних відгуків або приховування негативних);
- підробка фінансової звітності (наприклад, завищення доходів або заниження витрат готелю чи ресторану);
- фальсифікація результатів експериментів (наприклад, зміна даних про вплив нової послуги на задоволеність клієнтів).

3. Інструменти перевірки на плагіат

Плагіат – це представлення чужої роботи або її частини як своєї власної. Це порушення принципу поваги до інтелектуальної власності та серйозне порушення академічної доброчесності.

Для запобігання плагіату існують спеціальні інструменти перевірки, які порівнюють текст дослідження з великою базою даних інших текстів. Найпоширеніші інструменти перевірки на плагіат – «Antiplagiat», «Turnitin» та інші.

«Antiplagiat» – це система перевірки на плагіат, розроблена в Україні. Вона дозволяє перевіряти тексти на наявність запозичень з інтернет-джерел, наукових публікацій та інших джерел.

«Turnitin» – це міжнародна система перевірки на плагіат, яка широко використовується в університетах по всьому світу. Вона має велику базу даних джерел, включаючи наукові журнали, книги, веб-сторінки та студентські роботи.

Використання інструментів перевірки на плагіат є обов'язковим при підготовці будь-якої наукової роботи, включаючи магістерські роботи, дисертації чи наукові статті. Це допомагає забезпечити оригінальність дослідження та дотримання принципів академічної доброчесності.

Практичні завдання та кейси: розгляд ситуацій академічної недоброчесності

Пропонуємо розглянути три блоки комплексних завдань.

Блок 1: Принципи академічної доброчесності

Завдання 1: Аналіз ситуацій на відповідність принципам академічної доброчесності.

Кейс 1.1 (плагіат): Студент магістерської програми включив до своєї роботи значні фрагменти тексту з інтернет-джерела без належного цитування, вважаючи, що перефразування кількох слів достатньо.

Питання для обговорення: Які принципи академічної доброчесності порушено? Які можуть бути наслідки для студента? Як правильно було б оформити використаний матеріал?

Кейс 1.2 (фальсифікація авторства): Група студентів виконувала спільний проєкт з дослідження задоволеності клієнтів ресторану. Один студент фактично не брав участі в роботі, але його прізвище було включено до списку авторів.

Питання для обговорення: Який принцип академічної доброчесності порушено? Яка відповідальність лежить на кожному члені групи та на науковому керівнику?

Кейс 1.3 (некоректне цитування): У науковій статті про вплив сезонності на завантаженість готелів автор зробив посилання на статистичний збірник, але фактичні дані були взяті з іншого, менш авторитетного джерела.

Питання для обговорення: Чи є це порушенням академічної доброчесності? Які наслідки можуть бути для репутації автора та видання?

Блок 2: Відповідальність за фальсифікацію даних (на прикладах з готельно-ресторанної сфери)

Завдання 2: Аналіз наслідків фальсифікації даних.

Кейс 2.1 (ресторан): Дослідник проводить опитування щодо якості страв у ресторані. Отримавши недостатньо позитивних відгуків для підтвердження своєї гіпотези, він частково змінює деякі відповіді у базі даних.

Питання для обговорення: Які етичні норми порушено? Які наслідки можуть бути для дослідника (наукова кар'єра, репутація)? Яку шкоду може завдати фальсифіковане дослідження для управління рестораном?

Кейс 2.2 (готель): Студент проводить дослідження впливу нової системи бронювання на завантаженість готелю. Щоб показати значний позитивний ефект, він штучно завищує показники завантаженості в контрольний період.

Питання для обговорення: Яка відповідальність передбачена за фальсифікацію наукових даних? Як це може вплинути на рішення керівництва готелю щодо впровадження системи?

Кейс 2.3 (готельно-ресторанний комплекс): Науковець досліджує рівень задоволеності туристів пакетними пропозиціями готельно-ресторанного комплексу. Отримані дані не підтверджують високий рівень задоволеності, тому він публікує лише частину даних, що підтверджують його попередні уявлення.

Питання для обговорення: Чи є це фальсифікацією даних? Які етичні принципи порушено? Як це може вплинути на довіру споживачів до досліджень у сфері готельно-ресторанного бізнесу?

Блок 3: Інструменти перевірки на плагіат («AntiPlagiat», «Turnitin»)

Завдання 3.1: практичне використання інструментів (моделювання).

Кейс 3.1 (аналіз тексту): Викладач надає студентам невеликий фрагмент тексту (можна взяти частину реальної статті або створити штучний текст із запозиченнями) та пропонує обговорити, як різні системи перевірки на плагіат можуть виявити можливі запозичення.

Питання для обговорення: Які алгоритми використовують системи перевірки на плагіат? На які типи запозичень вони реагують? Які обмеження існують у цих систем?

Завдання 3.2 (інтерпретація результатів): студентам пропонується один із прикладів звіту системи перевірки на плагіат та запропонувати проаналізувати відсоток схожості та виявлені фрагменти.

Питання для обговорення: Як правильно інтерпретувати результати перевірки на плагіат? Який відсоток схожості є критичним? На які фрагменти слід звернути особливу увагу?

Дискусія: Обговорити переваги та недоліки використання систем перевірки на плагіат у науковому процесі. Як ці інструменти можуть допомогти студентам та науковцям дотримуватися принципів академічної доброчесності?

Виконання цих практичних завдань та розгляд кейсів допоможуть студентам глибше зрозуміти етичні аспекти наукових досліджень, усвідомити відповідальність за свої дії та навчитися використовувати інструменти для забезпечення академічної доброчесності, особливо в контексті досліджень проблем розвитку готельно-ресторанної сфери.

Проблемні питання для дискусії по лекції 12

1. Чому фальсифікація даних про задоволеність клієнтів є не лише етичною, але й комерційною помилкою?

2. Як переконатися, що дослідження про ефективність персоналу не порушує конфіденційність співробітників?

3. Чи можна використовувати дані клієнтів без їх згоди для наукових публікацій?

4. Які наслідки для готелю може мати публікація дослідження з використанням плагіату?

5. Чому академічна доброчесність важлива навіть у прикладних дослідженнях для ресторанного бізнесу?

ЛЕКЦІЯ 13. Роль інформаційних технологій у наукових дослідженнях

1. Роль інформаційних технологій у проведенні сучасних наукових досліджень.
2. Доступ до інформації на основі інформаційних технологій. Бази даних для пошуку міжнародних публікацій про готельно-ресторанний бізнес.
3. Програмне забезпечення для аналізу даних. Онлайн-платформи для наукової комунікації.

Практичні кейси: застосування інформаційних технологій у вивченні ставлення та вимог клієнтів ресторану, побажань гостей готелю.

Рекомендована література [4; 6; 11; 13; 14]

1. Роль інформаційних технологій у проведенні сучасних наукових досліджень

Сучасна наукова діяльність є немислимою без глибокої інтеграції з інформаційними технологіями (ІТ). Вони перестали бути просто інструментом для обробки даних і перетворилися на фундаментальну основу для проведення досліджень у всіх галузях знань, включаючи гуманітарні, соціальні, природничі та технічні науки.

Роль ІТ у сучасному науковому процесі є всеосяжною. ІТ проникають у кожний етап дослідження, починаючи від формулювання дослідницького питання і закінчуючи публікацією результатів.

Нині наукові дослідження, зокрема в таких динамічних галузях, як готельно-ресторанний бізнес, неможливі без інтеграції інформаційних технологій (ІТ), які стали основою інновацій у зборі, аналізі та інтерпретації даних.

ІТ трансформували традиційні методи наукової роботи, надаючи дослідникам інструменти для роботи з величезними масивами інформації, які раніше були недоступні через технічні обмеження. З'явилися нові

можливості для проведення онлайн-опитувань, експериментів у віртуальному середовищі, моделювання складних систем і процесів. Геоінформаційні системи (ГІС) відкрили нові перспективи для досліджень у галузі географії, екології, туризму та інших наук, що працюють з просторовими даними. Методи машинного навчання та штучного інтелекту надають інструменти для аналізу великих даних (Big Data), виявлення прихованих залежностей та прогнозування.

Наприклад, дослідження ефективності сервісу в готелях чи ресторанах тепер базуються не на вибіркових спостереженнях, а на аналізі великих даних, оброблених «Big Data», – від відгуків клієнтів у соцмережах до даних з IoT-пристроїв (розумних систем бронювання, датчиків завантаженості залів). Це дозволяє виявляти закономірності, які раніше залишалися «невидимими», наприклад, зв'язок між швидкістю обслуговування та лояльністю гостей, або вплив персоналізованих маркетингових повідомлень на частоту повторних візитів.

2. Доступ до інформації на основі інформаційних технологій. Бази даних для пошуку міжнародних публікацій про готельно-ресторанний бізнес

Інформаційні технології відкривають безпрецедентний доступ до наукової інформації. Інтернет, як глобальна мережа, є величезним сховищем наукових статей, монографій, звітів, статистичних даних, архівних матеріалів та інших ресурсів, що раніше були розрізненими та важкодоступними. Науковці можуть миттєво отримувати актуальну інформацію з будь-якої точки світу, що значно прискорює процес літературного огляду, виявлення прогалин у знаннях та визначення напрямків власних досліджень.

Крім того, інформаційні технології спростили доступ до глобальної наукової знанневої бази. Потужні пошукові системи, наукові бази даних (такі як *Scopus*, *Web of Science*, *Google Scholar*), електронні бібліотеки та архіви стали незамінними інструментами для кожного дослідника. Онлайн-платформи, такі як *Scopus*, *Web of Science*

або спеціалізовані бази даних на кшталт *Hospitality & Tourism Complete*, надають миттєвий доступ до міжнародних публікацій, дослідницьких звітів та кейсів. Це не лише прискорює процес пошуку джерел, але й робить наукову комунікацію транснаціональною.

Серед науковців світу є найбільш популярними такі бази даних, як *Scopus* і *Web of Science*:

– *Scopus* – це одна з найбільших у світі реферативних та цитатних баз даних наукової літератури, вона містить інформацію про публікації з різних галузей знань, включаючи економіку, менеджмент, туризм та готельний бізнес; дозволяє здійснювати пошук за ключовими словами, авторами, назвами журналів, а також аналізувати цитованість публікацій;

– *Web of Science* – це ще одна авторитетна база даних наукової літератури, яка охоплює широкий спектр дисциплін, вона відома своїм індексом цитування, який дозволяє відстежувати, як часто певна публікація цитується в інших наукових роботах; також надає інструменти для аналізу трендів у наукових дослідженнях та пошуку найбільш впливових публікацій.

Отже, дослідник з України сьогодні може аналізувати досвід японських ресторанів та готелів щодо використання роботів або вивчати європейські практики сталого розвитку, що критично важливо для формування конкурентоспроможних стратегій у певному регіоні.

Важливим аспектом є також *відкритий доступ (Open Access)* до наукових матеріалів, який руйнує географічні та фінансові бар'єри, особливо для науковців з країн, що розвиваються.

Крім доступу до інформації, ІТ надають *потужні засоби для збору, обробки та аналізу даних*. Сучасні статистичні пакети (SPSS, R, SAS), програмне забезпечення для якісного аналізу даних (NVivo, Atlas.ti), інструменти для візуалізації даних дозволяють науковцям працювати з великими обсягами інформації, виявляти складні закономірності, проводити глибокий статистичний аналіз та наочно представляти отримані результати. Автоматизація рутинних процесів збору та

обробки даних значно економить час дослідників, дозволяючи їм зосередитися на більш творчих та аналітичних аспектах роботи.

3. Програмне забезпечення для аналізу даних. Онлайн-платформи для наукової комунікації

Сьогодні дослідники, які вивчають готельно-ресторанний бізнес, активно використовують спеціальні програми для аналізу даних. Наприклад, *R*, *Python*, *SPSS* або *Tableau* допомагають швидко обробляти величезні обсяги інформації – від відгуків клієнтів до статистики продажів. Уявіть: ви хочете зрозуміти, чому гості одного з готелів часто скаржаться на сервіс. Замість того, щоб вручну читати тисячі коментарів, дослідник може застосувати технологію *NLP* (обробка природної мови). Вона автоматично «витягне» з текстів ключові проблеми – наприклад, що люди незадоволені повільним Wi-Fi або недостатньо уважними офіціантами. А ще подібні програми вміють передбачати (прогнозувати) майбутнє. Наприклад, можна змоделювати, як нові тренінги для персоналу вплинуть на рейтинг закладу через півроку. Така наче «гра» в стратегію, але з реальними даними, дозволяє отримати важливі результати, вплинути на прийняття правильних управлінських рішень, поліпшити ефективність роботи бізнесу.

Щоб дослідження були корисними, науковцям потрібно не тільки аналізувати дані, але й ділитися результатами та працювати разом. Для цього існують спеціальні онлайн-платформи. Наприклад:

– *ResearchGate* та *Academia.edu* – це щось на кшталт «Фейсбуку для науковців». Тут можна опублікувати свою роботу, знайти статті колег з усього світу чи обговорити дослідницькі ідеї.

– *Zoom* та інші сервіси для відеодзвінків дозволяють проводити віртуальні конференції. Уявіть: дослідник сидить у Кропивницькому, його колега – у Львові, а експерт із готельного менеджменту – у Варшаві, і вони разом планують експеримент щодо вдосконалення сервісу.

Ці технології особливо важливі для України. Навіть під час війни, коли багато дослідників працюють за кордоном або в евакуації, вони можуть *продовжувати наукову роботу онлайн*. Наприклад, аналізувати дані про відновлення ресторанного бізнесу в Херсоні чи готувати рекомендації для готелів Карпат, не виходячи з дому. Технології стирають кордони – це дає змогу українській науці розвиватися, попри всі виклики.

Іншими словами, програми для аналізу даних – це «цифрові помічники» дослідника, які роблять складну та масштабну роботу за нього. А онлайн-платформи – це «віртуальні офіси», де можна знайти однодумців, навіть якщо вони на іншому кінці планети. Разом це допомагає створювати науку, яка реально змінює життя, діяльність підприємств, зокрема – змінює на краще готельно-ресторанний бізнес.

Кейс 1: роль інформаційних технологій у вивченні ставлення та вимог клієнтів ресторану

У сфері готельно-ресторанного бізнесу інформаційні технології відіграють особливу роль, надаючи дослідникам унікальні можливості для вивчення поведінки клієнтів, оптимізації бізнес-процесів та підвищення якості послуг.

На прикладі кейсу №1 розглянемо, які інформаційні технології можна застосовувати дослідникам для глибокого розуміння попиту клієнтів, їх ставлення до ресторану, меню, якості страв і культури обслуговування:

1) *Онлайн-опитування та анкети*. За допомогою спеціалізованих онлайн-платформ (Google Forms, SurveyMonkey, Typeform) дослідники можуть швидко та ефективно проводити опитування серед широкої аудиторії клієнтів, збираючи дані про їхні вподобання щодо меню, оцінку якості страв, рівень задоволеності обслуговуванням та загальне враження від атмосфери ресторану. Автоматизований збір даних спрощує процес, а вбудовані інструменти аналізу дозволяють швидко отримувати первинні статистичні зведення.

2) *Аналіз відгуків та коментарів в соціальних мережах та на онлайн-платформах.* Соціальні мережі (Facebook, Instagram, Twitter), спеціалізовані платформи з відгуками (TripAdvisor, Yelp, Google Maps) є невичерпним джерелом інформації про реальний досвід клієнтів. Інструменти для аналізу тональності тексту (sentiment analysis) дозволяють автоматично визначати емоційне забарвлення відгуків (позитивне, негативне, нейтральне), виявляти ключові теми та проблемні зони, що потребують уваги. Дослідники можуть відстежувати динаміку змін у ставленні клієнтів з часом, реагувати на критичні зауваження та виявляти сильні сторони закладу.

3) *Системи управління відносинами з клієнтами (CRM).* Впровадження CRM-систем дозволяє ресторанам збирати та систематизувати інформацію про кожного клієнта: історію замовлень, вподобання, контактні дані, відгуки. Аналіз цих даних допомагає дослідникам виявляти різні сегменти клієнтів, розуміти їхні потреби та розробляти персоналізовані пропозиції. CRM-системи також можуть використовуватися для проведення цільових опитувань серед певних груп клієнтів.

4) *Аналіз даних транзакцій та поведінки на вебсайті/у мобільному додатку.* Інформація про замовлення, середній чек, популярність певних страв, час відвідування, поведінка користувачів на вебсайті ресторану або в мобільному додатку (які сторінки переглядають, як довго перебувають на них) надає цінну інформацію про вподобання клієнтів та їхню реакцію на меню та пропозиції. Інструменти веб-аналітики (Google Analytics) дозволяють відстежувати ці показники та виявляти тенденції.

Кейс 2: Роль інформаційних технологій у вивченні побажань гостей готелю

Інформаційні технології надають готелям потужні інструменти для збору та аналізу інформації про побажання своїх гостей, що є ключем до підвищення рівня їхньої задоволеності та лояльності.

На прикладі кейсу №2 розглянемо, які інформаційні технології можна застосовувати дослідникам для вивчення побажань гостей готелю:

1)*Електронні анкети зворотного зв'язку після перебування.* Автоматизовані системи розсилки електронних анкет після виїзду гостя дозволяють оперативно отримувати інформацію про їхні враження від проживання, рівень задоволеності різними аспектами сервісу (якість номеру, обслуговування, харчування, додаткові послуги) та їхні побажання щодо покращення. Онлайн-формат спрощує заповнення анкет для гостей та автоматизує збір і первинний аналіз даних для готелю.

2)*Аналіз відгуків на онлайн-платформах бронювання та відгуків.* Платформи онлайн-бронювання (Booking.com, Expedia, Airbnb) та сайти з відгуками (TripAdvisor, Google Maps) є важливим джерелом інформації про очікування та реальний досвід гостей. Систематичний моніторинг та аналіз цих відгуків дозволяє виявляти загальні тенденції, сильні та слабкі сторони готелю, а також конкретні побажання гостей щодо покращення сервісу або номерного фонду.

3)*Системи управління готелем (PMS) з функціоналом збору побажань.* Сучасні PMS-системи часто мають вбудовані інструменти для фіксації особливих побажань гостей під час бронювання, реєстрації заїзду або під час перебування. Ці дані можуть бути використані для персоналізації обслуговування та для аналізу загальних тенденцій у побажаннях гостей.

4)*Аналіз даних профілів гостей та історії перебувань.* PMS-системи зберігають детальну інформацію про кожного гостя: їхні попередні замовлення, вподобання щодо типу номеру, додаткових послуг, особливі запити. Аналіз цих даних дозволяє готелям краще розуміти потреби постійних клієнтів та пропонувати їм більш персоналізований сервіс під час наступних візитів.

5)*Використання соціальних мереж для прослуховування та залучення.* Моніторинг згадок про готель у соціальних мережах дозволяє виявляти не лише відгуки, але й потенційні побажання гостей, які вони можуть висловлювати у публічному просторі.

Активне залучення гостей у соціальних мережах, проведення опитувань та розіграшів можуть стати додатковими каналами для збору інформації про їхні очікування та побажання.

Отже, інформаційні технології є потужним інструментом у руках дослідників, що дозволяє їм отримувати висновки про потреби та очікування клієнтів, аналізувати їхню поведінку, пропонувати науково обґрунтовані рішення для підвищення якості послуг та конкурентоздатності підприємств. Подальший розвиток ІТ відкриває ще більші перспективи для проведення інноваційних та ефективних досліджень у цій важливій галузі економіки.

Проблемні питання для дискусії по лекції 13

1. Які бази даних найкраще підходять для пошуку публікацій про тренди готельної індустрії?
2. Чому програмне забезпечення для аналізу даних є критичним для досліджень клієнтської лояльності?
3. Як онлайн-платформи можуть допомогти у поширенні результатів дослідження про ресторани інновації?
4. Чи можна довіряти даним з соціальних мереж при дослідженні уподобань гостей готелю?
5. Які переваги має використання AI-інструментів для обробки відгуків клієнтів?

ЛЕКЦІЯ 14. Міждисциплінарні наукові дослідження

1. Роль міждисциплінарного підходу у проведенні наукових досліджень.
2. Поєднання економіки, соціології та ІТ у дослідженнях готельно-ресторанної індустрії.
3. Методи інтеграції даних з різних дисциплін (наприклад: аналіз впливу соціальних мереж на бронювання номерів).

Практичний кейс: розробка міждисциплінарної стратегії для підвищення конкурентоспроможності готелю.

Рекомендована література: [1; 2; 9; 10; 11].

1. Роль міждисциплінарного підходу у проведенні наукових досліджень

Ця лекція присвячена розгляду міждисциплінарних досліджень, їх сутності, методів та застосування в готельно-ресторанній індустрії. В процесі лекції розглянемо, як поєднання різних наукових дисциплін може збагатити наше розуміння складних проблем та сприяти розробці ефективних стратегій для підвищення конкурентоспроможності готелів.

Сучасні наукові дослідження, особливо в таких динамічних та багатогранних сферах, як готельна індустрія, вже не можуть обмежуватися рамками знань з однієї дисципліни. *Міждисциплінарний підхід* у наукових дослідженнях стає не просто модним терміном, а *необхідністю*, адже реальні проблеми, з якими стикається бізнес, неможливо вирішити через призму лише економіки, соціології чи технологій окремо. Наприклад, щоб зрозуміти, чому певний готель у Кропивницькому має низькі показники лояльності з боку споживачів готельних послуг, потрібно враховувати сукупність умов та чинників, зокрема:

- *економічні фактори* (ціни, конкуренція, доходи клієнтів);
- *географічні фактори* (зручність розташування, відстань до зон відпочинку, харчування, місць проведення певних заходів тощо);

– *соціальні аспекти* (демографічні тенденції, культурні традиції, звички, умови для очікування гостей, екологічні зони для відпочинку, потреба у наданні медичної допомоги або консультацій психологів тощо, різні підходи щодо забезпечення молодіжного чи сімейного відпочинку з дітьми, відповідного асортименту сніданків тощо);

– *технологічні інструменти* (якість онлайн-бронювання, аналіз даних із соціальних мереж) та ін.

Така комплексність підходу до вивчення проблеми вимагає об'єднання методологій з різних наук. Економісти можуть розрахувати оптимальну ціну номера, але без розуміння соціальних трендів (наприклад, зростання попиту на екологічність) або технічних можливостей (наприклад, системи динамічного ціноутворення на основі AI) їхні рекомендації будуть неповними. Саме тут міждисциплінарний підхід до проведення дослідження стає своєрідною «ланкою», яка поєднує теоретичні знання з практичними інструментами.

Важливість цього підходу підкреслюється тим, що сучасні проблеми – це завжди «мозаїки» з десятків елементів. Наприклад, досліджуючи вплив соціальних мереж на бронювання номерів, необхідно:

1. Вивчити *поведінку користувачів* (соціологія/психологія): які фото, відгуки чи відео в Instagram мотивують їх обирати конкретний готель.

2. Проаналізувати економічні закономірності: як кількість лайків корелює зі зростанням продажів, чи впливає активність у TikTok на середній чек.

3. Застосувати IT-інструменти: зібрати дані з платформ (наприклад, через API TripAdvisor), обробити їх за допомогою Python або Tableau, використати машинне навчання для прогнозування трендів.

Без поєднання сукупності знань з цих дисциплін дослідження буде фрагментарним. Соціолог, який не розуміє основ Big Data, не зможе інтерпретувати масштабні набори даних. Економіст, який ігнорує технології, пропустить можливість автоматизації аналізу. IT-фахівець, позбавлений знань про соціальний контекст, створить модель, яка не враховує, наприклад, культурні відмінності у сприйнятті сервісу.

Для готельної індустрії України все це буде особливо актуально після війни через особливі завдання розбудови та відновлення готельної інфраструктури, необхідність розв'язання проблем з нестачею кадрів через міграцію, потреби у створенні нового іміджу.

Наприклад, дослідження ефективності рекламних кампаній для залучення іноземних туристів має враховувати:

- культурно-історичні та соціальні фактори: стереотипи про Україну, її історію та культуру, вимоги до комфортності, рівень довіри до безпеки;

- економічні обмеження (бюджетні можливості малих готелів);

- технологічні рішення (використання віртуальних турів або AI-перекладачів для подолання мовних бар'єрів).

Важливо підкреслити, що міждисциплінарний підхід у проведенні наукових досліджень також стимулює розробку *інновацій*. Коли економісти, соціологи та IT-фахівці працюють разом, вони генерують ідеї, які неможливі в рамках однієї спеціалізації.

Наприклад, поєднання соціальних досліджень про попит на «автентичний досвід» (переживання, які сприймаються як справжні, непідробні, що відображають унікальні характеристики місця, культури, продукту чи послуги) з розробкою мобільних додатків для персоналізації сервісу може створити унікальний продукт – наприклад, гід-платформу, яка поєднує рекомендації місцевих жителів із системою знижок від готелів.

Таким чином, *міждисциплінарність* у дослідженнях – це не просто робота дослідників «в команді», а нова парадигма науки, де межі між дисциплінами розмиваються на користь комплексного розуміння реальності. *Міждисциплінарність* дозволяє не тільки всебічно аналізувати і розв'язувати наявні проблеми, а й прогнозувати появу нових можливих суперечностей, допомагає створювати продукти, які відповідають потребам суспільства, врешті-решт трансформувати галузі, як-от готельний чи ресторанний бізнес, у відповідь на виклики XXI століття.

2. Поєднання економіки, соціології та ІТ у дослідженнях готельно-ресторанної індустрії

Готельно-ресторанна індустрія є складною системою, на яку впливає безліч факторів, які знаходяться у площині вивчення різних наукових дисциплін, наприклад:

– *економіка* вивчає економічні аспекти діяльності готелів та ресторанів, такі як ціноутворення, витрати, прибутковість, інвестиції, конкуренція;

– *соціологія* досліджує соціальні аспекти поведінки споживачів та персоналу, такі як мотивація, задоволеність, лояльність, культурні відмінності, соціальні тренди;

– *ІТ (інформаційні технології)* забезпечують інструменти для збору, обробки, аналізу та поширення інформації, а також для автоматизації та оптимізації бізнес-процесів у готелях та ресторанах.

Поєднання знань з цих дисциплін на засадах міждисциплінарного підходу дозволяє отримати всебічне вивчення та більш глибоке розуміння проблем готельно-ресторанної індустрії, розробити стратегію для конкурентоспроможного розвитку готелю або ресторану. Наприклад:

– *економічні дослідження* можуть показати, як цінова політика готелю впливає на його прибутковість;

– *соціологічні дослідження* можуть виявити, які фактори впливають на задоволеність клієнтів та їхню лояльність;

– *ІТ-дослідження* можуть запропонувати рішення для автоматизації процесу бронювання та покращення взаємодії з клієнтами.

Акцентуємо увагу на тому, що в кінці лекції буде запропоновано розгляд практичного кейсу, присвяченого розробці міждисциплінарної стратегії для підвищення конкурентоспроможності готелю.

3. Методи інтеграції даних з різних дисциплін

Забезпечення міждисциплінарного підходу у наукових дослідженнях передбачає *інтеграцію даних з різних дисциплін та використання*

відповідних методів дослідження. Це може бути складним завданням, оскільки кожна дисципліна має свої власні підходи та термінологію. Однак існують різні методи, які можуть допомогти в цьому. Йдеться, наприклад про застосування триангуляції і використання інтердисциплінарних моделей.

*Триангуляція – це спосіб забезпечення міждисциплінарного підходу у наукових дослідженнях через інтеграцію даних і методів з різних дисциплін в інтересах всебічного вивчення проблеми. Наприклад, для аналізу впливу соціальних мереж на бронювання номерів готелю *триангуляція* передбачає використання кількох різних методів дослідження для вивчення однієї проблеми, зокрема можна використовувати такі методи:*

– аналіз контенту соціальних мереж для виявлення ключових факторів, що впливають на рішення про бронювання;

– опитування клієнтів для з'ясування, як вони використовують соціальні мережі при виборі готелю;

– статистичний аналіз даних про бронювання для визначення кореляції між активністю в соціальних мережах та кількістю бронювань.

Інтердисциплінарні моделі – це спосіб забезпечення міждисциплінарності у наукових дослідженнях через розробку моделей, які поєднують концепції та змінні з різних дисциплін. Наприклад, модель, що описує вплив соціальних мереж на бронювання номерів, може включати економічні змінні (ціна, дохід), соціологічні змінні (соціальні норми, вплив референтних груп) та ІТ-змінні (функціональність платформи, зручність використання).

Практичний кейс: розробка міждисциплінарної стратегії для підвищення конкурентоспроможності готелю

Розглянемо приклад розробки міждисциплінарної стратегії для підвищення конкурентоспроможності готелю.

Міждисциплінарна стратегія – це підхід до вирішення проблем або дослідження явищ, що передбачає об'єднання знань, методів та перспектив з різних наукових дисциплін для досягнення більш цілісного та глибокого розуміння.

Проблема: готель «Світанок» втрачає частку ринку через низьку задоволеність клієнтів та неефективну маркетингову політику.

Щоб краще зрозуміти цю проблему, уявіть собі її складові дещо детальніше:

- готель «Світанок» колись був дуже популярним, але впродовж останніх 3-х років кількість його клієнтів в місті помітно зменшується;

- відгуки клієнтів в інтернеті останніми роками часто є негативними: люди скаржаться на погане обслуговування, застарілі номери та високі ціни, відсутність європейського сервісу;

- конкуренти в той же час пропонують більш сучасні послуги, більш комфортні умови для клієнтів, зручне бронювання через мобільні додатки та вигідніші ціни;

- власник і менеджери готелю «Світанок» не знають, як виправити ситуацію, як повернути клієнтів і тому звернулися до експерта.

Експерт запропонував використати *міждисциплінарний підхід для діагностики та вирішення комплексної проблеми готелю*. Тому керівництво готелю «Світанок» звертається за допомогою до консультантів (дослідників), щоб забезпечити комплексне вивчення проблеми через поєднання знань та методів з різних галузей знань:

1) Економічний аналіз:

- вивчення конкурентного середовища, цінової політики конкурентів (зрозуміти, які ціни пропонують інші готелі, чи є у них спеціальні пропозиції або знижки);

- аналіз витрат та доходів готелю (з'ясувати, скільки грошей витрачає готель «Світанок» на обслуговування клієнтів, утримання номерів, рекламу, який прибуток він отримує; аналіз доходів персоналу);

– визначення оптимального рівня цін (визначити, які ціни дозволять готелю бути конкурентоспроможним і при цьому отримувати достатній прибуток).

2) Соціологічне дослідження:

– проведення опитувань та фокус-груп для того, щоб зрозуміти, що саме не подобається клієнтам в готелі «Світанок», які їхні потреби та очікування, якою є корпоративна культура персоналу, його мотивованість до підвищення якості обслуговування;

– аналіз факторів, що впливають на їхню задоволеність та лояльність, з'ясування умов, за яких можливо знову повернути клієнтів у готель «Світанок», визначення шляхом опитувань, які готельні послуги для них є найважливішими;

3) IT-аналіз:

– оцінка ефективності існуючої CRM-системи (з'ясувати, чи використовує готель «Світанок» систему для управління відносинами з клієнтами; якщо так, наскільки вона ефективна);

– розробка рекомендацій щодо вдосконалення існуючої CRM-системи (варто зрозуміти, що можна покращити в існуючій системі);

– впровадження нових технологій для покращення взаємодії з клієнтами (з'ясувати, чи може готель «Світанок» використовувати мобільний додаток для бронювання номерів, чат-бот для відповідей на запитання клієнтів або інші технології).

Розроблення міждисциплінарної стратегії. На основі отриманих результатів, сукупності проведених досліджень через поєднання знань та методів з різних галузей знань керівництво готелю «Світанок» може розробити комплексну стратегію для підвищення конкурентоспроможності готелю.

На основі результатів економічного аналізу:

– готель розробляє нову цінову політику, щоб готельні послуги були конкурентоспроможними на ринку;

– готель «Світанок» може запропонувати знижки для постійних клієнтів, спеціальні пропозиції для сімей або пакетні пропозиції, що включають проживання та додаткові послуги;

– залучає інвесторів для переоснащення номерів;

– змінює підходи до оцінки та стимулювання праці персоналу.

На основі отриманих результатів соціологічних досліджень:

– готель «Світанок» вживає заходів для підвищення задоволеності клієнтів, це може включати ремонт та оновлення номерів, покращення якості обслуговування, розширення спектру послуг (наприклад, додавання спа-центру, басейну або дитячої кімнати);

– готель організує оновлення кадрового складу та професійне навчання персоналу для підвищення якості і культури обслуговування гостей;

– розробляє кодекс корпоративної поведінки працівників готелю;

– створює програму лояльності, щоб заохотити клієнтів повертатися знову.

На основі IT-аналізу:

– готель впроваджує нову CRM-систему, яка дозволяє збирати та аналізувати дані про клієнтів, що допомагає краще розуміти потреби своїх клієнтів та пропонувати їм персоналізовані пропозиції;

– готель також розробляє мобільний додаток для зручного бронювання номерів та спілкування з клієнтами.

Результат: завдяки розробці комплексних заходів та реалізації міждисциплінарної стратегії готель «Світанок» зможе через півроку:

– поступово підвищити свою конкурентоспроможність на ринку готельної індустрії в регіоні;

– збільшити задоволеність клієнтів;

– залучити нових клієнтів та повернути тих, хто перестав користуватися послугами готелю;

– збільшити свій прибуток, отже, можливості для подальшого розвитку.

Таким чином, розгляд практичного кейсу на прикладі готелю «Світанок» наочно демонструє значимість міждисциплінарного підходу у вирішенні складних бізнес-завдань. Замість фрагментарного погляду на проблему низької конкурентоздатності, об'єднання економічного аналізу, соціологічних досліджень та ІТ-аналізу дозволило отримати цілісне розуміння причин кризової ситуації. Це, у свою чергу, стало підґрунтям для розробки комплексної та ефективної стратегії відновлення. Впровадження конкретних заходів, що враховують як економічну доцільність, так і потреби клієнтів та можливості сучасних технологій, прогнозовано призводить до підвищення конкурентоздатності, зростання задоволеності клієнтів та збільшення прибутків готелю.

Цей приклад підкреслює, що через поєднання знань та методів з різних галузей можливе *розроблення міждисциплінарної стратегії, спрямованої* на подолання криз і забезпечення сталого розвитку бізнесу в сучасних умовах.

Проблемні питання для дискусії по лекції 14

1. Чому поєднання соціології та ІТ необхідне для аналізу впливу соціальних мереж на бронювання номерів?
2. Які труднощі виникають при інтеграції економічних і психологічних даних у дослідженнях гостинності?
3. Чи можна розробити універсальну міждисциплінарну методологію для всіх готельно-ресторанних досліджень?
4. Як враховувати культурні особливості при плануванні міждисциплінарних досліджень для мережі готелів?
5. Чому стратегія підвищення конкурентоспроможності готелю вимагає участі експертів з різних дисциплін?

ЛЕКЦІЯ 15. Наукові школи та дослідницькі напрями у сфері гостинності

1. Наукові школи та їх роль у розвитку науки, бізнесу, економіки.
2. Сучасні тенденції та напрями досліджень: клієнтський досвід, екологічні ініціативи.
3. Прогнозування розвитку галузі гостинності: сценарії для готельно-ресторанного бізнесу.

Практичний кейс: використання сценарного підходу до прогнозування розвитку готельно-ресторанного комплексу «Європа» у м. Кропивницький.

Рекомендована література [2; 4: 9; 10; 11].

1. Наукові школи та їх роль у розвитку науки, бізнесу, економіки

Ця лекція присвячена розгляду сутності та ролі наукових шкіл, сучасних тенденцій та напрямів досліджень у готельно-ресторанній індустрії, а також методам прогнозування її розвитку.

Наукові школи – це спільноти дослідників, об'єднаних спільним науковим підходом, ідеями або методологією, які формуються навколо ключових учених або інноваційних концепцій. Вони виникають як відповідь на необхідність глибокого вивчення певних проблем, забезпечуючи передачу знань, досвіду та традицій між поколіннями вчених. Важливою рисою наукових шкіл є їхня здатність зберігати й розвивати набуті здобутки, створюючи основу для подальших наукових пошуків та новітніх розробок.

Наприклад, наукова школа, що спеціалізується на екологічних дослідженнях, може розробляти методи зниження впливу туризму на довкілля, що безпосередньо впливає на практику «зеленого» туризму.

Або інший приклад – формування наукової школи з числа дослідників, які присвятили свої праці аспектам корпоративної культури та соціальної відповідальності бізнесу. Об'єднання зусиль таких дослідників дозволяє розробляти кодекси корпоративної

соціальної відповідальності для готельно-ресторанних комплексів, що сприяє підвищенню якості обслуговування клієнтів, соціальній підтримці місцевих громад.

Роль таких наукових шкіл у розвитку науки полягає в тому, що вони концентрують інтелектуальні ресурси на актуальних напрямках, забезпечуючи послідовність і системність досліджень. Це дозволяє не лише поглиблювати теоретичні знання, але й знаходити практичні рішення. Так, дослідження клієнтського досвіду в галузі готельного бізнесу, проведені в рамках наукової школи, можуть стати основою для вдосконалення сервісу, що підвищує конкурентоспроможність підприємств.

Крім того, наукові школи готують фахівців, які, працюючи над дисертаціями, здатні інтегрувати наукові розробки в реальний сектор економіки, розробляючи різноманітні інновації.

У контексті економіки наукові школи стають двигуном прогресу. Спільноти дослідників в межах наукових шкіл створюють технології, моделі управління або стратегії, які трансформують галузі. Сьогодні, наприклад, дослідження в галузі цифрової трансформації готельного бізнесу допомагають підприємствам адаптуватися до викликів, пов'язаних із автоматизацією та використанням штучного інтелекту. Прогнозування розвитку галузі через розробку сценаріїв для відновлення готельно-ресторанних комплексів після війни, базується на методах, розроблених у наукових школах. Такі прогнози дозволяють готуватися до різних варіантів подій, мінімізуючи ризики та максимізуючи ефективність інвестицій.

Таким чином, *наукові школи* – це не лише осередки генерації знань, а й важливий елемент інновацій та економічного розвитку. Вони забезпечують зв'язок між теоретичними дослідженнями та їх практичним впровадженням, сприяючи створенню стійких, інноваційних економічних систем. Їхня роль особливо виражена в умовах швидких змін, коли науковий потенціал стає ключовим фактором у забезпеченні конкурентоспроможності країн та регіонів.

2. Сучасні тенденції та напрями досліджень: клієнтський досвід, екологічні ініціативи

Розглянемо на прикладі готельно-ресторанної індустрії світові сучасні тенденції розвитку, які впливають на пріоритети наукових досліджень.

Сучасні тенденції розвитку готельно-ресторанної індустрії у світі тісно пов'язані зі змінами у суспільних пріоритетах, технологічними проривами та глобальними викликами, такими як екологічна криза чи наслідки пандемій.

Однією з ключових тенденцій є зростання попиту на *відповідальний туризм*, де підприємства намагаються мінімізувати свій вплив на довкілля: використовують енергоефективні технології, зменшують відходи, впроваджують локальні продукти в меню. Це зумовлює наукові дослідження, спрямовані на розробку екологічних стандартів, аналіз ефективності «зелених» практик та їх впливу на конкурентоспроможність бізнесу. В Україні, де питання екології набуває ваги через руйнування екосистем під час війни, такі дослідження стають основою для відновлення індустрії з урахуванням стійкості.

Інша важлива тенденція – *цифровізація* обслуговування: від онлайн-бронювання до використання штучного інтелекту для персоналізації сервісу.

Наприклад, світові готелі вже активно використовують чат-боти для комунікації з клієнтами, а ресторани – QR-коди для замовлень. Це змушує науковців досліджувати, як технології впливають на якість обслуговування, психологію споживачів або ефективність бізнес-процесів. В Україні, де цифрові рішення стали критичними під час війни (наприклад, для дистанційного управління закладами), наукові праці акцентуються на адаптації міжнародного досвіду до місцевих умов, зокрема через обмежені ресурси або необхідність швидкого впровадження інновацій.

Також помітною тенденцією у розвитку готельно-ресторанної індустрії в розвинених країнах стає поширення *персоналізації послуг*.

Гості все частіше очікують *індивідуального підходу*: від адаптації номерів під особливі потреби до створення унікальних гастрономічних вражень. Це стимулює дослідження в галузі аналізу даних, вивчення поведінки споживачів та розробки методів, які дозволяють передбачати їхні запити. В Україні, де готельно-ресторанний бізнес буде відновлюватися після війни, персоналізація стане важливим інструментом відновлення лояльності клієнтів. Виходячи з цього, українські науковці досліджують, як поєднувати традиційний український колорит з сучасними сервісними стандартами.

Важливою тенденцією розвитку закладів гостинності є *орієнтація на здоров'я та безпеку*. Пандемія COVID-19, а в Україні – воєнні умови, зробили гігієну, медичну доступність і захист від загроз ключовими критеріями для клієнтів. У світі це призвело до появи досліджень з розробки безконтактних технологій, оптимізації санітарних протоколів або створення систем екстреного реагування. В Україні науковий фокус зміщується на дослідження стійкості бізнесів до криз, відновлення інфраструктури з урахуванням безпеки та інтеграцію міжнародних стандартів у вітчизняну практику.

Крім того, *глобалізація та зростання конкуренції* змушують готельно-ресторанні підприємства шукати унікальні конкурентні переваги. Наприклад, акцент на локальній культурі, автентичних стравах або етнічному дизайні. Це породжує наукові роботи, присвячені культурному туризму, відродженню національних традицій у готельному сервісі чи ефективності маркетингових стратегій, орієнтованих на українську ідентичність. В Україні такі дослідження набувають особливого значення через прагнення показати світові унікальність країни після війни, а також залучити міжнародних туристів через культурну спадщину.

Таким чином, світові тенденції формують *наукові пріоритети* як глобально, так і в Україні, зосереджуючи увагу на стійкості, інноваціях, безпеці та культурній ідентичності. Вчені аналізують, як адаптувати міжнародний досвід до локальних реалій, розробляють практичні інструменти для підприємств та прогнозують зміни, що допомагає бізнесу не лише вижити, але й розвиватися в умовах невизначеності.

Наукові школи, зокрема українські, стають посередниками між теоретичними знаннями та практикою, забезпечуючи синтез інновацій і традицій, що є ключем до конкурентоспроможності галузі в довгостроковій перспективі.

Зосередимо увагу на таких окремих напрямках наукових досліджень, як «клієнтський досвід», «екологічні ініціативи».

«Клієнтський досвід» – це напрям наукових досліджень, який зосереджується на вивченні всіх аспектів взаємодії клієнта з підприємством готельно-ресторанної сфери, від першого контакту до завершення обслуговування. Основна мета таких досліджень – зрозуміти, як *формується враження клієнта*, які фактори впливають на його задоволення або незадоволення, і як це відображається на лояльності до певного закладу гостинності та фінансових результатах бізнесу. Наприклад, дослідники аналізують роль персоналізованого сервісу: чи справді індивідуальні пропозиції (наприклад, страви за спеціальним замовленням або налаштування номеру під потреби гостя) підвищують його вірність закладу. Також вивчається вплив цифрових інструментів: як мобільні додатки для бронювання, віртуальні асистенти чи системи збору відгуків покращують або ускладнюють взаємодію. В умовах України, де після війни відновлення довіри клієнтів є критично важливим, дослідження в цьому напрямі набуватимуть особливо важливого значення. Такі дослідження допоможуть визначити, які елементи сервісу в готелях (наприклад, прозорість ціноутворення, щира, емоційна підтримка персоналу або можливо інше) матимуть вирішальну роль у відновленні потоку відвідувачів.

«Екологічні ініціативи» як науковий напрям охоплює дослідження, спрямовані на інтеграцію екологічно відповідальних практик у діяльність готельно-ресторанних підприємств. Це включає застосування методів зменшення негативних екологічних наслідків від діяльності закладу гостинності: від переходу на відновлювані джерела енергії та ефективного використання води до скорочення харчових відходів і використання біорозкладного посуду.

Науковці вивчають, як екологічні ініціативи впливають не лише на довкілля, а й на економічну ефективність бізнесу. Наприклад, чи окупаються витрати на встановлення сонячних панелей у готелі за рахунок економії на комунальних послугах, або чи збільшується попит на заклади, які пропонують страви з локальних продуктів. В Україні, особливо в регіонах, постраждалих від бойових дій, ракетних атак, цей напрям набуває додаткової ваги: дослідження допомагають визначити, як відбудувувати інфраструктуру готелів та ресторанів, мінімізуючи шкоду для екосистем, або як надалі залучати туристів через пропаганду «зелених» маршрутів.

Обидва напрями («Клієнтський досвід» і «Екологічні ініціативи») тісно пов'язані із сучасними викликами.

«Клієнтський досвід» відображає зростання очікувань споживачів щодо якості, швидкості та емоційної цінності послуг, що змушує науковців розробляти нові моделі оцінки сервісу (наприклад, через аналіз великих даних або нейромаркетинг).

«Екологічні ініціативи» відповідають на глобальну потребу у стійкому розвитку, перетворюючи екологічні вимоги на конкурентні переваги. Наприклад, дослідження показують, що гості частіше обирають заклади з екосертифікацією, навіть готові платити більше. В Україні ці напрями часто поєднуються: відновлення готельно-ресторанного бізнесу після війни передбачає не лише задоволення потреб клієнтів, а й створення нових стандартів, орієнтованих на етичність та екологічну свідомість. Наукові праці в цих галузях стають основою для майбутніх стратегій, які забезпечують довгострокову життєздатність бізнесу в умовах змін.

3. Прогнозування розвитку галузі гостинності: сценарії для готельно-ресторанного бізнесу

Сутність прогнозування розвитку галузі полягає в аналізі можливих шляхів еволюції галузі з урахуванням сучасних викликів,

тенденцій та зовнішніх факторів. Це не просто передбачення майбутнього, а системна робота з моделюванням різних варіантів подій, що дозволяє підприємствам готуватися до непередбачуваних змін, мінімізувати ризики та максимізувати можливості. Основна мета таких прогнозів – перетворити невизначеність на стратегічний інструмент, який допомагає бізнесу залишатися стійким і конкурентоспроможним навіть у кризових умовах, таких як відновлення після війни чи адаптація до глобальних економічних коливань.

Розглянемо загальний підхід до *прогнозування розвитку галузі гостинності*. Прогнозування має ґрунтується на *комплексному аналізі умов та чинників*, що впливають на розвиток галузі. Йдеться, наприклад про таке:

- *економічні умови* (рівень доходів населення, інфляція, курс валют, інвестиційна активність);

- *соціокультурні зміни* (зростання попиту на персоналізовані послуги, зміна цінностей споживачів (наприклад, акцент на екологію чи здоров'я);

- *технологічні інновації* (впровадження штучного інтелекту для аналізу поведінки клієнтів, автоматизація процесів обслуговування);

- *політико-правові аспекти* (регуляторні вимоги, податкова політика, візові обмеження для туристів);

- *наслідки надзвичайних подій* (вплив воєнних дій на інфраструктуру, зміни туристичних потоків через геополітичні кризи).

На основі системного аналізу комплексу чинників, що впливають на стан галузі гостинності, та застосування методів математичного моделювання й експертної оцінки здійснюється прогнозування розвитку галузі та формування сценаріїв.

Сценарії розвитку – це динамічні інструменти, які не мають жорсткої структури, а базуються на гнучких моделях. Вони описують потенційні траєкторії майбутнього, враховуючи різні комбінації впливових чинників (економічних, соціальних, технологічних тощо).

Кожен сценарій відображає унікальний контекст взаємодії цих змінних, що дозволяє адаптувати стратегії до непередбачуваних умов.

Наведемо приклади сценаріїв розвитку галузі гостинності:

1) *Оптимістичний сценарій*. Передбачає швидке відновлення економіки, активний притік іноземних туристів, державна підтримка бізнесу. У такому випадку готельно-ресторанні заклади можуть зосередитися на розширенні послуг, інвестуванні у преміальний сервіс або створення інноваційних турпродуктів (наприклад, культурно-історичні маршрути).

2) *Песимістичний сценарій*. Передбачає тривалий економічний спад, обмежений доступ до ресурсів, низька купівельна спроможність населення. Тут акцент зміщується на економію витрат, розробку бюджетних пропозицій або переорієнтацію на внутрішній туризм.

3) *Сценарій «зеленого переходу»*. Суспільство та держава зосереджують увагу на пріоритетності екологічних ініціатив. Готелі та ресторани змушені інвестувати в енергоефективність, зменшення відходів, використання локальних продуктів, щоб відповідати новим стандартам і запитам клієнтів.

4) *Технологічний сценарій*. Передбачає стрімке впровадження цифрових рішень і цифрових технологій (віртуальна реальність для екскурсій, роботизовані кухарі). Бізнеси, які не встигають адаптуватися, ризикують втратити ринок.

Прогнозування розвитку сфери гостинності як напрям досліджень має особливе значення для України через необхідність *відновлення галузі після воєнних руйнувань*. Наприклад, для прогнозування розвитку готельно-ресторанних комплексів в тому чи іншому регіоні України важливо зробити аналітичну оцінку:

– міграційних потоків (з'ясувати, чи зросте кількість внутрішньо переміщених осіб, які потребують тимчасового проживання);

– інвестиційних ризиків (дослідити, чи є сенс будувати нові об'єкти, чи краще модернізувати існуючі);

– можливостей запровадження міжнародного досвіду (вивчити аспекти досвіду європейських країн, які відновлювали туристичну галузь після криз).

В цьому контексті важливо звернутися до здобутків наукових шкіл, їх кращих представників. Наукові школи грають ключову роль у прогнозуванні, оскільки колективи дослідників розробляють методики аналізу даних, моделювання тенденцій та інтерпретації результатів.

Наприклад, дослідники в межах наукових шкіл можуть:

- використовувати *великі дані* для виявлення закономірностей у поведінці туристів;
- створювати *економіко-математичні моделі*, що враховують взаємозв'язок між витратами бізнесу, ціноутворенням і попитом;
- проводити *експертні опитування* серед власників готелів, кухарів, турагентів, щоб оцінити їхні очікування та страхи.

Прогнозування також тісно пов'язане з *практикою управління*. Наприклад, якщо сценарії вказують на зростання конкуренції, бізнес може:

- впроваджувати програми лояльності для клієнтів;
- розвивати онлайн-платформи для бронювання з функціями штучного інтелекту;
- тренувати персонал у напрямках формування клієнтоорієнтованості та екологічної свідомості.

Таким чином, прогнозування розвитку галузі гостинності – це *інструмент стратегічного мислення*, який об'єднує науку, економіку та практичний менеджмент. Він допомагає перейти від реактивного підходу («гасимо пожежі») до *проактивного підходу*, коли бізнес готується до змін заздалегідь, використовуючи знання, отримані з досліджень. Для України, яка відбудовує економіку в умовах нестабільності, цей напрям стає одним із ключових факторів відновлення конкурентоспроможності та створення довгострокових перспектив для галузі.

Далі розглянемо приклад прогнозування розвитку готельно-ресторанного комплексу на основі застосування сценарного підходу.

***Практичний кейс: використання сценарного підходу
до прогнозування розвитку готельно-ресторанного комплексу
«Європа» у м. Кропивницький***

Ситуація: готельно-ресторанний комплекс «Європа» є одним з відомих у місті Кропивницький. До війни він користувався певною популярністю серед мешканців та гостей міста, пропонуючи широкий спектр послуг, включаючи проживання, харчування, проведення заходів. Однак війна призвела до значного зниження попиту на послуги комплексу, і його майбутнє є невизначеним.

Мета: розробити сценарії можливого розвитку готельно-ресторанного комплексу «Європа» після завершення війни, щоб допомогти керівництву прийняти обґрунтовані стратегічні рішення.

Фактори впливу: на розвиток готельно-ресторанного комплексу «Європа» після війни можуть вплинути різні фактори, включаючи:

- економічна ситуація в регіоні та в Україні в цілому (ВВП, рівень безробіття, інфляція);
- відновлення туристичної інфраструктури та попиту на туристичні послуги;
- повернення мешканців до міста та їхня купівельна спроможність;
- конкуренція з боку інших готелів та ресторанів;
- зміни у споживчих звичках та перевагах;
- державна політика підтримки бізнесу та розвитку туризму.

На основі аналізу цих факторів можна розробити декілька сценаріїв можливого розвитку готельно-ресторанного комплексу «Європа», зокрема таких:

Оптимістичний сценарій (умовна назва «Відновлення та зростання»):

- економіка швидко відновлюється, зростає попит на туристичні послуги;

– мешканці активно повертаються до міста, їхня купівельна спроможність зростає;

– готель «Європа» успішно відновлює свою діяльність, залучає нових клієнтів завдяки високій якості послуг та вигідним цінам;

– комплекс розширює спектр послуг, пропонуючи нові розваги та можливості для відпочинку.

Песимістичний сценарій (умовна назва «Тривала криза та стагнація»):

– економічне відновлення відбувається повільно, попит на туристичні послуги залишається низьким;

– значна частина мешканців не повертається до міста, їхня купівельна спроможність обмежена;

– готель «Європа» зазнає збитків, змушений скоротити персонал та обмежити обсяг послуг;

– конкуренція з боку інших готелів та ресторанів посилюється, що призводить до зниження цін та зменшення прибутковості.

Найбільш вірогідний сценарій (умовна назва «Поступове відновлення та адаптація»):

– економіка поступово відновлюється, попит на туристичні послуги зростає помірними темпами;

– частина мешканців повертається до міста, їхня купівельна спроможність поступово зростає;

– готель «Європа» адаптується до нових умов, пропонуючи послуги, що відповідають зміненим потребам клієнтів;

– комплекс інвестує в оновлення інфраструктури та впровадження нових технологій, щоб підвищити свою конкурентоспроможність.

Стратегічні рішення: на основі аналізу цих сценаріїв керівництво готельно-ресторанного комплексу «Європа» може прийняти такі стратегічні рішення:

– розробити план дій для кожного сценарію, передбачивши різні варіанти розвитку подій;

- зосередитися на підвищенні якості послуг та задоволеності клієнтів, щоб забезпечити лояльність у будь-яких умовах;
- активно використовувати цифрові технології для залучення клієнтів та оптимізації бізнес-процесів;
- розглянути можливість розширення спектру послуг, щоб задовольнити потреби різних сегментів клієнтів;
- посилити маркетингову діяльність, щоб проінформувати потенційних клієнтів про відновлення роботи комплексу та його переваги.

Висновок: сценарний підхід є корисним інструментом для прогнозування розвитку готельно-ресторанного комплексу «Європа» в умовах невизначеності. Розробка кількох сценаріїв розвитку є критично важливим кроком. Замість того, щоб покладатися на один, часто оптимістичний, прогноз, керівництво закладу гостинності отримуємо комплексне бачення можливих майбутніх ситуацій. Кожен сценарій, від найбільш сприятливого до найбільш кризового, дозволяє керівництву готельно-ресторанного комплексу «Європа»:

- ідентифікувати потенційні можливості та загрози на ранніх етапах, що дає час для підготовки відповідних заходів реагування;
- оцінити стійкість поточних стратегій, виявити їх слабкі місця та необхідність їх коригування;
- приймати більш обґрунтовані інвестиційні рішення, розуміючи потенційну віддачу від різних проєктів у різних сценаріях;
- покращити гнучкість та адаптивність у заходах, маючи готові плани дій для різних варіантів розвитку подій;
- сприяти більш ефективній комунікації та узгодженості у взаємодії керівництва та персоналу.

Отже, інвестуючи час та ресурси у розробку та аналіз сценаріїв, керівництво готельно-ресторанного комплексу «Європа» суттєво знижує ризики прийняття помилкових рішень та підвищує ймовірність успішного відновлення та сталого розвитку.

Проблемні питання для дискусії по лекції 15

1. Як наукові школи впливають на формування стандартів обслуговування в готельній індустрії?
2. Чому клієнтський досвід став ключовим напрямом досліджень у гостинності?
3. Які сценарії розвитку можливі для готелю «Європа» у контексті зростання попиту на екологічні ініціативи?
4. Чи можна прогнозувати розвиток галузі гостинності без врахування політичних та економічних ризиків?
5. Як наукові дослідження допомагають готелям адаптуватися до швидких змін у світі?

ЛЕКЦІЯ 16. Специфіка досліджень у сфері гостинності

1. Специфіка досліджень у готельно-ресторанній сфері. Вплив культурних особливостей на якість обслуговування.
2. Методологічні підходи: кількісні та якісні методи досліджень у готельно-ресторанній сфері.
3. Актуальні проблеми: адаптація готельно-ресторанних комплексів до глобальних викликів та змін.

Практичний кейс: дослідження проблеми адаптації персоналу готельно-ресторанного комплексу «Перлина степу» у Кіровоградській обл. до викликів та загроз

Рекомендована література [2; 4; 9; 10; 11; 25]

1. Специфіка досліджень у готельно-ресторанній сфері: вплив культурних особливостей на якість обслуговування

Ця лекція присвячена розгляду методологічних підходів та особливостей проведення досліджень у готельно-ресторанній сфері. В процесі лекції розглянемо вплив культурних особливостей на якість обслуговування, кількісні та якісні методи дослідження, а також актуальні проблеми адаптації готельно-ресторанних комплексів до глобальних викликів та змін.

Наукові дослідження в готельно-ресторанній сфері вирізняються низкою особливостей, які суттєво відрізняють їх від досліджень у багатьох інших галузях. Однією з ключових відмінностей у сфері гостинності є визначальна роль *людського фактору*.

Індустрія гостинності ґрунтується на *інтенсивній взаємодії між людьми* – працівниками та їхніми гостями чи клієнтами. Саме ця взаємодія безпосередньо впливає на якість наданих послуг та рівень задоволеності споживачів. Як наслідок, науковці, які досліджують цю галузь, неминуче стикаються з високим рівнем суб'єктивності в оцінках. Це стосується як сприйняття клієнтами таких нематеріальних аспектів, як атмосфера закладу, рівень гостинності чи емоційний комфорт,

так і внутрішніх чинників, що впливають на персонал, таких як мотивація, залученість до роботи чи емоційне вигорання. Вимірювання подібних категорій становить складне методологічне завдання, що вимагає використання спеціалізованих підходів, включаючи якісні дослідження, різноманітні шкали оцінювання та методи аналізу емоційного стану.

Ще однією важливою специфічною рисою є *неоднорідність послуг у готельно-ресторанному бізнесі* та їхня нерозривна єдність з процесом їхнього надання. Кожна послуга часто є унікальною, оскільки залежить від конкретного часу, місця, залученого персоналу та індивідуальних потреб кожного окремого клієнта. Попри важливість стандартизації для забезпечення базового рівня якості, повністю усунути цю мінливість практично неможливо. Дослідники в цій сфері часто аналізують не лише кінцевий результат надання послуги, але й сам процес безпосередньої взаємодії між працівником та клієнтом. Це зумовлює необхідність застосування таких методів, як безпосереднє спостереження, техніка «таємного покупця» або детальний аналіз сервісних зустрічей.

Функціонування готельно-ресторанної сфери також надзвичайно чутливе до впливу різноманітних *зовнішніх факторів*. Економічні кризи, політична нестабільність, епідемії, природні катаклізми, сезонні коливання попиту, культурні тенденції та розвиток туристичної галузі – усі ці аспекти можуть мати значний вплив на діяльність підприємств. Відповідно, наукові дослідження в цій галузі повинні обов'язково враховувати цей широкий контекст та аналізувати вплив як макро-, так і мікросередовища. Прогнозування та розробка моделей розвитку в цій сфері є особливо складними завданнями через високу мінливість зовнішніх обставин.

Крім того, дослідження в готельно-ресторанній сфері часто мають *мультидисциплінарний* характер, вимагаючи інтеграції знань з різних наукових галузей. Для глибокого розуміння досліджуваних проблем може знадобитися поєднання економічного аналізу, управлінських

концепцій, маркетингових стратегій, соціологічних досліджень, психологічних аспектів поведінки споживачів, культурологічних особливостей та застосування інформаційних технологій. Наприклад, вивчення рівня задоволеності клієнтів може охоплювати аналіз їхньої платоспроможності з економічної точки зору, дослідження психологічних механізмів сприйняття сервісу та врахування соціокультурних чинників, що впливають на їхні очікування.

Важливою характеристикою наукових досліджень у готельно-ресторанній сфері є їхня *практична орієнтованість*. Значна частина досліджень спрямована на розв'язання конкретних проблем, з якими стикається бізнес, підвищення ефективності операційної діяльності, поліпшення якості обслуговування, оптимізацію управління персоналом та розробку дієвих маркетингових стратегій. Тому результати таких досліджень повинні мати практичну цінність для фахівців галузі та містити чіткі рекомендації щодо їхнього впровадження.

Проведення наукових досліджень у готельно-ресторанній сфері також вимагає особливої уваги до *етичних аспектів*. Дослідження, що передбачають опитування клієнтів та працівників, повинні неухильно дотримуватися норм конфіденційності, принципу інформованої згоди та вимог щодо захисту персональних даних. У випадках застосування методу «таємного покупця» виникають додаткові етичні питання, пов'язані з прихованим характером спостереження.

Насамкінець, слід зазначити високу *динамічність та швидкість змін*, характерні для готельно-ресторанного бізнесу. Галузь постійно реагує на нові тенденції, технологічні інновації та зміни у споживчих уподобаннях. Це вимагає від наукових досліджень своєчасності та врахування цих швидких змін, щоб їхні результати залишалися актуальними та корисними для розвитку індустрії гостинності. Розуміння всіх цих специфічних особливостей є ключовим для проведення якісних та релевантних наукових досліджень, які здатні сприяти прогресу та підвищенню конкурентоздатності підприємств готельно-ресторанної сфери.

Окрему увагу зосередимо на ролі *культурних особливостей* у сфері гостинності, їх впливі на якість обслуговування клієнтів. Готельно-ресторанна сфера є сферою інтенсивної взаємодії між людьми, тому культурні особливості персоналу, клієнтів мають значний вплив на якість обслуговування.

Культурні відмінності можуть визначати:

- стандарти спілкування (наприклад, рівень формальності, використання невербальних сигналів, прийнятні теми для розмови);
- очікування щодо обслуговування (наприклад, швидкість обслуговування, рівень уваги до деталей, готовність йти назустріч побажанням клієнта);
- сприйняття якості послуг (наприклад, що вважається ввічливістю, пунктуальністю, чистотою);
- ставлення до часових рамок (пунктуальність може мати різне значення в різних культурах).

Отже, дослідження у сфері гостинності мають враховувати особливості та відмінності у культурі, менталітеті, щоб забезпечити релевантність та достовірність результатів. Необхідно використовувати методи, які дозволяють виявити та проаналізувати вплив культурних факторів на задоволеність клієнтів та ефективність обслуговування у готельно-ресторанних закладах.

2. Методологічні підходи: кількісні та якісні методи досліджень у готельно-ресторанній сфері

У дослідженнях готельно-ресторанної справи використовуються різноманітні методологічні підходи, які можна поділити на дві основні групи: кількісні та якісні методи.

Кількісні методи передбачають збір та аналіз числових даних з метою виявлення закономірностей, тенденцій та статистичних зв'язків. Вони дозволяють отримати об'єктивні та узагальнені результати, які можна використовувати для прийняття управлінських рішень.

Приклади кількісних методів досліджень:

- опитування (збір даних за допомогою стандартизованих анкет);
- експеримент (дослідження впливу певних факторів на поведінку клієнтів або ефективність процесів);
- статистичний аналіз даних (обробка та аналіз числових даних за допомогою статистичних методів).

Якісні методи передбачають збір та аналіз нечислових даних, таких як тексти, зображення, аудіо- та відеозаписи, з метою розуміння глибинних мотивів, переконань та досвіду людей. Вони дозволяють отримати детальну та контекстуальну інформацію, яка може бути використана для розробки нових ідей та гіпотез.

Приклади якісних методів досліджень:

- інтерв'ю (збір даних за допомогою особистих розмов з респондентами);
- фокус-групи (групове обговорення певної теми під керівництвом модератора);
- спостереження (збір даних шляхом спостереження за поведінкою людей у природних умовах);
- аналіз відгуків клієнтів (систематичний збір та аналіз відгуків клієнтів з різних джерел (наприклад, онлайн-платформи, соціальні мережі, анкети) для виявлення сильних та слабких сторін готелю чи ресторану).

Вибір того чи іншого методу дослідження залежить від мети дослідження, доступних ресурсів та специфіки досліджуваної проблеми. У багатьох випадках найбільш ефективним є поєднання кількісних та якісних методів, що дозволяє отримати всебічне та глибоке розуміння досліджуваного явища.

3. Актуальні проблеми: адаптація готельно-ресторанних комплексів до глобальних викликів та змін

Готельно-ресторанна індустрія постійно стикається з новими викликами та змінами, які вимагають від підприємств адаптації та

інновацій. Зосередимо увагу на актуальних проблемах, які потребують окремих наукових досліджень у сфері готельно-ресторанного бізнесу:

– *глобалізація* (посилення взаємозв'язків та взаємозалежності між країнами та регіонами, що призводить до зростання конкуренції та необхідності адаптації до міжнародних стандартів);

– *технологічні зміни* (швидкий розвиток нових технологій, таких як штучний інтелект, інтернет речей, блокчейн, які змінюють способи надання та споживання послуг);

– *зміна споживчих звичок* (зростання вимог клієнтів до якості, персоналізації та екологічності послуг, а також зміна їхніх переваг під впливом нових трендів);

– *економічні кризи*: періодичні спади в економіці, які призводять до зниження попиту на туристичні послуги та ускладнюють діяльність готелів та ресторанів;

– *пандемії та інші глобальні загрози*: поширення інфекційних захворювань та інші глобальні загрози, які можуть мати значний негативний вплив на готельно-ресторанну індустрію.

Дослідження в цій сфері повинні бути спрямовані на розробку стратегій та рекомендацій, які допоможуть готельно-ресторанним комплексам успішно адаптуватися до цих викликів та забезпечити їх сталий розвиток.

Далі розглянемо приклад дослідження проблеми адаптації персоналу готельно-ресторанного комплексу до викликів та загроз.

Практичний кейс: дослідження проблеми адаптації персоналу готельно-ресторанного комплексу «Перлина степу» у Кіровоградській обл. до викликів та загроз

Ситуація:

Готельно-ресторанний комплекс «Перлина степу» зіткнувся з численними викликами, включаючи:

– глобальну конкуренцію на ринку готельних послуг;

- необхідність впровадження нових технологій для покращення обслуговування клієнтів;
- зміни у споживчих звичках, зокрема зростання попиту на персоналізовані та екологічно чисті послуги;
- економічну нестабільність, спричинену воєнними діями в Україні;
- ризики, пов'язані з безпекою персоналу та клієнтів;
- проблеми з логістикою та постачанням.

Мета дослідження: визначити фактори, що впливають на адаптацію персоналу готельно-ресторанного комплексу «Перлина степу» до глобальних викликів та воєнних загроз, та розробити рекомендації щодо підвищення ефективності цього процесу.

Методологія дослідження. Для досягнення поставленої мети пропонується використовувати комплексний підхід, що поєднує кількісні та якісні методи дослідження.

1. Кількісні методи:

– *опитування* персоналу готельно-ресторанного комплексу «Перлина степу»: розробка анкети, спрямованої на виявлення рівня обізнаності персоналу щодо глобальних викликів та воєнних загроз, їхнього ставлення до змін, рівня стресу та тривожності, а також потреб у навчанні та підтримці;

– *статистичний аналіз даних:* обробка результатів опитування за допомогою статистичних методів для виявлення значущих зв'язків між різними факторами та розробка прогностичних моделей.

2. Якісні методи:

– *інтерв'ю* з керівництвом та ключовими співробітниками готельно-ресторанного комплексу «Перлина степу»: проведення глибинних інтерв'ю з метою отримання розширеної інформації про проблеми адаптації персоналу, їхні погляди на шляхи їх вирішення, а також досвід подолання кризових ситуацій;

– *фокус-групи* з працівниками різних відділів готельно-ресторанного комплексу «Перлина степу»: організація групових

дискусій для обговорення проблем адаптації, обміну досвідом та генерування спільних рішень;

– *аналіз* внутрішніх документів та звітів: вивчення політик та процедур готелю, звітів про навчання та розвиток персоналу, а також матеріалів, пов'язаних з управлінням кризовими ситуаціями.

Очікувані результати від проведення дослідження.

Дослідження дозволить:

– *виявити ключові фактори*, що впливають на адаптацію персоналу готельно-ресторанного комплексу «Перлина степу» до глобальних викликів та воєнних загроз;

– *оцінити ефективність* існуючих програм навчання та підтримки персоналу;

– *визначити потреби* персоналу у додаткових знаннях, навичках та ресурсах;

– *розробити рекомендації* щодо вдосконалення процесу адаптації персоналу.

Рекомендації щодо вдосконалення процесу адаптації персоналу готельно-ресторанного комплексу «Перлина степу» до глобальних викликів та воєнних загроз можуть передбачати такі заходи:

– розроблення програм навчання та розвитку, спрямованих на підвищення обізнаності персоналу щодо глобальних викликів та воєнних загроз, а також на розвиток навичок управління стресом, розв'язання конфліктів та адаптації до змін;

– створення систем підтримки персоналу, що забезпечують доступ до психологічної допомоги, консультацій та інших ресурсів;

– визначення процедур та заходів, що забезпечують безпеку персоналу та клієнтів в умовах воєнних загроз;

– розробку стратегій комунікації, спрямованих на забезпечення відкритого та прозорого обміну інформацією між керівництвом та персоналом.

Практичне значення дослідження: результати дослідження матимуть практичне значення для готельно-ресторанного комплексу «Перлина степу» та інших підприємств готельно-ресторанної індустрії в регіоні, надаючи їм конкретні рекомендації щодо адаптації персоналу до глобальних викликів та воєнних загроз.

Таким чином, практичний кейс «Перлини степу» підкреслює наскрізну важливість дослідження адаптації персоналу в умовах множинних кризових факторів, від глобальної конкуренції до воєнних загроз. Запропонована комплексна методологія, що поєднує кількісні та якісні методи, спрямована на глибоке розуміння потреб, рівня обізнаності та психологічного стану співробітників. Очікувані результати та розроблені рекомендації матимуть безпосередню практичну цінність для готельно-ресторанного комплексу та інших підприємств регіону, допомагаючи їм розробити ефективні стратегії навчання, підтримки, забезпечення безпеки та комунікації для підвищення стійкості та адаптивності персоналу в умовах невизначеності.

Проблемні питання для дискусії по лекції 16

1. Чому культурні особливості клієнтів впливають на вибір методів дослідження якості обслуговування?
2. Які переваги мають якісні методи перед кількісними при аналізі адаптації персоналу до стресових умов?
3. Чому дослідження глобальних викликів для готелів потребують гнучкої методології?
4. В чому полягають проблеми адаптації персоналу до глобальних викликів та воєнних загроз?
5. Чому проблеми адаптації готельно-ресторанних комплексів до воєнних загроз важко досліджувати?

ГЛОСАРІЙ

Аксиома – твердження, яке приймається без доведення як вихідне положення наукової теорії.

Актуальність – ступінь важливості та своєчасності досліджуваної проблеми для розвитку науки та практики на даний момент.

Аналіз – метод наукового дослідження, що полягає у розчленуванні об'єкта на складові частини для їхнього окремого вивчення.

Аналогія – метод пізнання, що ґрунтується на встановленні подібності між різними об'єктами або явищами за певними ознаками та перенесенні знань з одного об'єкта на інший.

Анкетування – метод збору первинної інформації шляхом письмового опитування респондентів за допомогою спеціально розробленої анкети.

Анотація – коротка характеристика змісту наукової праці, що включає основну тему, мету, методи та головні результати дослідження.

Види наукових праць – різні форми представлення результатів наукових досліджень (стаття, монографія, звіт, дисертація, тези тощо).

Визначення (дефініція) – стисле та точне формулювання сутності поняття, що розкриває його найважливіші ознаки.

Вимірювання – процес визначення кількісних характеристик досліджуваних об'єктів або явищ за допомогою певних одиниць та інструментів.

Висновки – стисле формулювання основних результатів наукового дослідження, їхнього значення та перспектив подальших досліджень.

Гіпотеза – науково обґрунтоване припущення, що висувається для пояснення певних фактів, явищ або зв'язків і потребує подальшої перевірки.

Гносеологія – розділ філософії, що вивчає природу пізнання, його можливості та межі, форми і методи наукового знання.

Дедукція – метод умовиводу, що полягає у виведенні окремих тверджень (наслідків) із загальних положень (посилок).

Дисертація – кваліфікаційна наукова праця, підготовлена для публічного захисту з метою здобуття наукового ступеня.

Доведення – логічний процес обґрунтування істинності певного твердження (тези) за допомогою інших істинних тверджень (аргументів).

Експеримент – метод наукового дослідження, що передбачає активне втручання дослідника в досліджуваний процес шляхом створення контрольованих умов для виявлення причинно-наслідкових зв'язків.

Завдання наукове – конкретні кроки або питання, які необхідно вирішити для досягнення мети наукового дослідження.

Засоби науки – інструменти, обладнання, матеріали, інформаційні ресурси та інші елементи, що використовуються в процесі наукового дослідження.

Ідея – основна думка, задум наукового дослідження, що визначає його напрям.

Індукція – метод виведення загальних тверджень (узагальнень) на основі спостереження окремих фактів або випадків.

Інтуїція – здатність безпосередньо осягати істину без логічного обґрунтування, часто на основі попереднього досвіду та знань.

Істина – відповідність знання дійсності, адекватне відображення об'єкта пізнання суб'єктом.

Категорія – найбільш загальне та фундаментальне поняття науки, що відображає суттєві властивості та відношення об'єктів і явищ.

Класифікація – метод наукового дослідження, що полягає у розподілі об'єктів або явищ на групи (класи, види) за певними ознаками.

Компіляція – укладання наукової праці на основі використання та систематизації матеріалів з різних джерел без самостійного дослідження.

Концепція – система поглядів, розуміння певного явища або процесу, що відображає основну ідею дослідження.

Мета дослідження – очікуваний кінцевий результат, на досягнення якого спрямоване наукове дослідження.

Методи дослідження – сукупність способів і прийомів, які використовуються для отримання наукових знань та досягнення мети дослідження.

Методологія дослідження – система принципів, підходів та методів, що лежать в основі організації та проведення наукового дослідження.

Моделювання – метод наукового дослідження, що полягає у створенні та вивченні моделей, які є спрощеними відображеннями реальних об'єктів або процесів.

Монографія – наукова праця, в якій глибоко та всебічно досліджується одна наукова проблема або тема, що належить одному або кільком авторам.

Наука – сфера людської діяльності, спрямована на отримання, систематизацію, перевірку та поширення об'єктивних знань про дійсність.

Наукова діяльність – інтелектуальна творча діяльність, спрямована на одержання і використання нових знань.

Наукова новизна – властивість наукового результату, що полягає у його оригінальності, відмінності від відомих раніше знань та внесенні нового внеску у відповідну галузь науки.

Наукова робота – будь-яка завершена наукова праця (стаття, тези, звіт, монографія, дисертація тощо).

Наукова стаття – опублікована наукова праця невеликого обсягу, що містить результати конкретного наукового дослідження.

Наукова тема – це чітко сформована та концептуально оформлена область наукового пошуку.

Наукова школа – група науковців, об'єднаних спільними науковими ідеями, підходами та методами дослідження, а також наявністю визнаного лідера.

Наукове дослідження – цілеспрямований процес пізнання, спрямований на отримання нових знань, виявлення закономірностей, встановлення фактів та перевірку гіпотез.

Науковий звіт – документ, що містить детальний опис процесу та результатів завершеного наукового дослідження.

Науковий факт – об'єктивно існуюча подія, явище або властивість, встановлена в процесі наукового дослідження та підтверджена емпірично.

Наукометрія – галузь науки, що займається кількісними методами вивчення розвитку науки, наукової продуктивності та впливу наукових публікацій.

НДР (науково-дослідна робота) – процес наукового дослідження, спрямований на отримання нових знань або вирішення конкретної науково-технічної проблеми.

Об'єкт дослідження – процес або явище реальності, на яке спрямоване наукове дослідження.

Парадигма – сукупність фундаментальних теоретичних положень, загальноприйнятих наукових досягнень та методів дослідження, що домінують у певній галузі науки протягом певного історичного періоду.

Плагіат – представлення чужого авторства на науковий твір або його частину як власного.

Поняття – форма мислення, що відображає загальні та суттєві ознаки класу об'єктів або явищ.

Постулати – твердження, які приймаються без доведення в межах певної теорії як вихідні положення, на відміну від аксіом, які є загальнонауковими.

Практичне завдання – завдання, спрямоване на застосування теоретичних знань для вирішення конкретних практичних проблем.

Практична цінність – значення результатів наукового дослідження для вирішення практичних завдань, впровадження у виробництво, освіту тощо.

Принципи – основні положення, закономірності або правила, що лежать в основі наукового дослідження або певної теорії.

Прогнозування – науково обґрунтоване передбачення майбутнього стану або розвитку досліджуваного об'єкта чи явища.

Резюме – стислий виклад основних положень та висновків наукової праці.

Реферат – короткий письмовий виклад змісту однієї або кількох наукових праць з певної теми.

Синтез – метод наукового дослідження, що полягає в об'єднанні окремих елементів, частин або ознак об'єкта в єдине ціле для виявлення нових властивостей та зв'язків.

Спостереження – метод наукового дослідження, що полягає у цілеспрямованому та систематичному сприйнятті досліджуваного об'єкта або явища без активного втручання дослідника.

Структура наукової роботи – внутрішня організація наукової праці, що включає послідовність розділів, підрозділів, пунктів та інших елементів.

Судження – форма мислення, що є твердженням або запереченням існування певних зв'язків між об'єктами або їхніми властивостями.

Сутність – внутрішня основа, головна визначальна сторона об'єкта або явища, що зумовлює його властивості та поведінку.

Тези – стисло сформульовані основні положення наукової доповіді, статті або іншої наукової праці.

Теорія – система взаємопов'язаних понять, законів та принципів, що дає цілісне пояснення певної сукупності явищ або процесів.

Термін – слово або словосполучення, що має спеціальне значення в певній галузі науки, техніки або мистецтва.

Узагальнення – логічний процес переходу від окремих фактів, явищ або випадків до загальних положень або висновків.

Факт науковий – опис об'єктивно існуючої події, явища або властивості, отриманий в процесі наукового дослідження та зафіксований за допомогою наукових методів.

Функції – основні напрямки діяльності або призначення науки.

Цілі науки – загальні спрямування наукової діяльності, такі як пізнання істини, пояснення світу, прогнозування явищ та сприяння прогресу.

Етапи наукового дослідження – послідовні стадії проведення наукового дослідження (підготовчий, збору даних, аналітичний, узагальнення, впровадження).

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна література

1. Александров І.О., Ткач К.І., Філіппова С.В. Методологія та організація наукових досліджень: підручник. Одеса: Астропринт, 2018. 197 с.
2. Бабайлов В.К. Методологія наукових досліджень: навч. посіб. Харків: Бровін О.В., 2019. 148 с.
3. Данильян О. Г., Дзьобань О. П. Методологія наукових досліджень: підручник. Харків: Право, 2019. 368 с. URL: https://library.nlu.edu.ua/POLN_TEXT/SENMK/OMND.pdf
4. Дороніна М. С., Хаустова В. Є., Доронін А. В. Методологія і технологія соціально-економічних наукових досліджень (схеми, визначення, приклади): навч. посіб. Харків: Лібуркіна Л. М., 2023. 173 с.
5. Зацерковний В.І., Тішаєв В.К., Демидов В.К. Методологія наукових досліджень: навч. посіб. Ніжин: НДУ ім. М. Гоголя, 2017. 236 с.
6. Іноземцев Г.Б., Козирський В.В., Окушко О.В. Методологія наукових досліджень: монографія. Київ: Компринт, 2017. 196 с.
7. Ладанюк А.П., Власенко Л.О., Кишенько В.Д. Методологія наукових досліджень: навч. посіб. Київ: Ліра-К, 2018. 351 с.
8. Матвєєва О.Л., Тихенко О.М., Трофімов І.Л. Методологія та організація наукових досліджень: навч. посіб. Київ : НАУ, 2018. 195 с.
9. Медвідь В.Ю., Данько Ю.І., Коблянська І.І. Методологія та організація наукових досліджень (у структурно-логічних схемах і таблицях): навч. посіб. Суми: Університетська книга, 2020. 218 с.
10. Методологія та організація наукових досліджень: навч. посіб. / [І.С. Добронравова та ін.; за ред. І.С. Добронравової]. Київ: Київський університет, 2018. 606 с.
11. Методологія наукових досліджень: навч. посіб. / за ред. В. П. Горина. Тернопіль: ФОП Осадца Ю. В., 2023. 170 с.

12.Методологія та організація наукових досліджень: навч. посіб. / Л.О. Єльнікова [та ін.]. Дніпро: Укр. держ. ун-т науки і технологій, 2024.226 с.

13.Методологія і методи наукових досліджень: навч. посіб. / Курок О. І. [та ін.]; Глухів: Глухівський НПУ ім. О. Довженка, 2024. 215 с.

14.Мокін Б.І., Мокін О.Б, Мокін В.Б. Методологія та організація наукових досліджень: підручник. Вінниця: ВНТУ, 2023. 229 с.

15.Момот О. Методологія та організація наукових досліджень: навч.-метод. посіб. Полтава: ПП Астроя, 2023. 99 с. URL: <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi78/0058266.pdf>.

16.Саввова О.В. Методологія наукових досліджень: конспект лекцій для студентів 1 курсу денної форми навчання другого (магістерського) рівня вищої освіти. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. 104 с.

17.Самсонов В.В., Сільвестров А.М., Тачиніна О.М. Методологія наукових досліджень та приклади її використання: навч. посіб. К.: НУХТ, 2022. 385 с.

18.Теорія і методологія наукових досліджень : навч. посіб. для студентів (магістрів) усіх форм навчання / Ю.Д. Костін [та ін.]. Харків: ХНУРЕ, 2021. 152 с.

Додаткова література

19.Важинський С.Е., Щербак Т.І. Методика та організація наукових досліджень: навч. посіб. Суми: СумДПУ імені А.С.Макаренка, 2016. 260 с.

20.Доценко І. О. Академічна доброчесність у системі забезпечення якості вищої освіти. Педагогічна освіта: теорія і практика. 2022. Вип. 32. С. 31-42.

21.Дутковський І. Взаємодія традицій і новацій у науці. Гілея: науковий вісник. Київ : ВІР УАН, 2013. Вип. 73 (№ 6). С. 136–138.

22. Основні вимоги до оформлення бібліографічного опису документів. URL: <http://library.wunu.edu.ua/index.php/uk/dovidka/zrazky-bibliografichnykhopyshiv>.

23. Паламар С., Науменко М. Реалізація принципів академічної доброчесності як дієвий інструмент забезпечення якості вищої освіти. Освітологічний дискурс. 2022. Вип. 3-4. С. 76–92.

24. Рекомендації з оформлення посилань в наукових роботах (Vancouver style, ACS style, APA style, AIP style, Chicago style: Author-Date, Chicago style: Notes and Bibliography, Harvard Referencing style, IEEE style, MLA style, Oscola style). Науково-технічна бібліотека Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут», 2016. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/16051>.

25. Семикіна М.В., Журило І.В., Бугаєва М.В. Торговельне та ресторанне підприємництво: методологія дослідження ефективності та соціальної відповідальності бізнесу. Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки). 2025.(1) С.49-59. <http://es.khpi.edu.ua/article/view/326073>.

26. Соболев Х.С., Петровська Н.І., Гуняк О.М. Методологія і принципи наукових досліджень: навч. посіб. Львів: НУ «Львівська політехніка», 2018. 87 с.

27. Татар М.С. Методологія і організація наукових досліджень: навч. посіб. Харків : ХАІ, 2019. 103 с.

28. Тимошенко І.В., Сідоров В.І., Нащекіна О.М. Основи наукових досліджень: методологія і практика: навч. посіб. Харків: ХНУ ім. В.Н Каразіна, 2019. 251 с.

29. Філософські аспекти наукового пізнання: навч. посіб. / О.Ю. Панфілов, О.П. Дзьобань, І.М. Будур та ін.; за заг. ред. О.Ю. Панфілова. Харків: ХіФ КНтеу, 2019. 276 с.

Законодавчі та нормативні документи

30. Конституція України: офіц. текст. Київ : КМ, 2013. 96 с.

31. Міжнародний стандарт. Соціальна відповідальність (SA8000) : URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/n0015697-07#Text>.

32. Про вищу освіту: Закон України. Відом. Верхов. Ради України. 2014. № 37–38. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text>.

33. Про затвердження вимог до оформлення дисертації: Наказ Міністерства освіти і науки України від 12.01.2017 № 40. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0155-17#Text>.

34. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 № 1023-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/1023-12>.

35. Про електронну ідентифікацію та електронні довірчі послуги: Закон України від 05.10.2017 № 2155-VIII URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2155-19#Text>.

36. Про курорти: Закон України від 05.10.2000 № 2026-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/2026-14>.

37. Про освіту: Закон України від 05.09.2017 р. № 2145-VIII. Дата оновлення: 10.06.2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text>.

38. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів: Закон України від 23.12.1997 № 771/97-ВР. URL: <https://bit.ly/3uvRiwz>.

39. Про опублікування результатів дисертацій на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук: Наказ МОН України від 23.09.2019 № 1220. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1086-19#Text>.

40. Про стандартизацію: Закон України від 05.06.2014 № 1315-VII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/1315-18>.

41. Про підприємництво: Закон України від 07.02.1991 р. № 698-XII. База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12>.

42. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/324/95-%D0%B2%D1%80>.

43. Про присудження ступеня доктора філософії: Постанова Кабінету Міністрів України; Порядок від 06.03.2019 № 167. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/167-2019-%D0%BF#Text>.

44. Про наукову і науково-технічну діяльність: Закон України від 01.12.1998р. № 284-XIV. URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/284-14>.

45. Цивільний кодекс України: Кодекс України; Закон, Кодекс від 16.01.2003 № 435-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/435-15>.

Інформаційні ресурси

46. Верховна Рада України. URL: <http://www.rada.gov.ua>.

47. Кабінет Міністрів України. URL: <http://www.kmu.gov.ua>.

48. Нормативні акти України. URL: <http://www.nau.ua>.

49. Національна бібліотека імені В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>

50. Державне агентство із питань науки, інновацій та інформатизації України. URL: <http://dknii.gov.ua/>.

51. Наука України в дзеркалі наукометричної бази даних SciVerse Scopus. URL: <http://www.jsi.net.ua/scopus/>.

Навчальне видання

Автори:

СЕМИКІНА Марина Валентинівна
ЗАЙЧЕНКО Володимир Васильович

МЕТОДОЛОГІЯ
СУЧАСНИХ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ:
опорний конспект лекцій з практичними
кейсами

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК

*За науковою редакцією доктора економічних наук,
професора М.В. Семикіної*

*Комп'ютерна верстка, технічний редактор – Онищук О.В.
Дизайн обкладинки – Чумаченко О.С.*

Формат 60x84 1/16. Ум. друк. арк. 6,0
Облік. видав. арк 7,2. Тираж 300. Зам. 44

Видавець: КОД



Навчальний посібник поєднує теоретичні основи методології наукових досліджень з практикою через розгляд кейсів, дискусій, розвиваючи критичне мислення та креативність.

Особливістю навчального посібника є акцент на інтерактивних методах навчання, що дозволяє здобувачам формувати навички дослідницької роботи.

Для студентів, які здобувають вищу освіту з готельно-ресторанної справи та економічних спеціальностей, викладачів, а також менеджерів, фахівців, яких цікавлять питання наукових досліджень на прикладі готельно-ресторанного бізнесу

