

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні кафедри
готельного, ресторанного бізнесу
і крафтових технологій
Протокол №1 від 01.09.2025 р.

ПОГОДЖЕНО

Проректор з навчально-методичної роботи



Каріна НЕМАШКАЛО

ОСНОВИ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

робоча програма навчальної дисципліни (РПНД)

Галузь знань
Спеціальність
Освітній рівень
Освітня програма

**J Транспорт та послуги
J2 Готельно-ресторанна справа та кейтеринг
перший (бакалаврський)
Готельно-ресторанна справа**

Статус дисципліни
Мова викладання, навчання та оцінювання

**вибіркова
українська**

Розробники:
д.т.н., доцент

Віталій БЕЗСОННИЙ

к.т.н.

Кристина НЕЧЕПУРЕНКО

Завідувач кафедри
готельного, ресторанного
бізнесу і крафтових
технологій

Оксана ДАВИДОВА

Гарант програми

Віталій БЕЗСОННИЙ

Харків
2026

ВСТУП

Сучасна індустрія гостинності функціонує в умовах високої турбулентності ринку, глобальної невизначеності, стрімкої цифровізації процесів та динамічної зміни споживчих патернів. У цьому контексті здатність фахівця до системного дослідження трансформується з формальної академічної вимоги на критичний інструмент виживання та сталого розвитку бізнесу. Актуальність дисципліни обумовлена докорінною зміною парадигми управління: відбувається незворотний перехід від інтуїтивних рішень до стратегій, що ґрунтуються на об'єктивних даних (Data-Driven Decision Making).

В умовах жорсткої конкуренції саме аналітика дозволяє перетворити масиви інформації на знання про клієнта. Оволодіння методологією бізнес-досліджень дозволить майбутнім фахівцям не лише адаптуватися до змін ринкової кон'юнктури, але й проактивно ініціювати інновації, мінімізувати інвестиційні ризики при запуску нових проєктів та створювати реальну додану вартість для готельних та ресторанних підприємств. Фахівець, який володіє інструментами досліджень, здатен ідентифікувати приховані потреби гостей ще до того, як вони стануть очевидними трендами.

Метою навчальної дисципліни «Основи наукових досліджень в індустрії гостинності» є формування у здобувачів вищої освіти комплексної прикладної дослідницької компетентності, необхідної для глибокої діагностики бізнес-процесів, всебічного аналізу споживчого досвіду (Customer Experience) та обґрунтування ефективних управлінських рішень. Курс спрямований на розвиток практичних навичок пошуку, фільтрації, верифікації та аналітичної обробки інформації для реалізації проєктів R&D (Research & Development), що забезпечують інноваційний розвиток суб'єктів господарювання у сфері HoReCa.

Завданнями навчальної дисципліни є:

1. Оволодіння методологічним апаратом прикладних досліджень, включаючи розробку дизайну дослідницького проєкту, формулювання робочих гіпотез та обґрунтований вибір релевантних кількісних та якісних методів збору даних для вирішення конкретних бізнес-проблем.
2. Вивчення та практичне застосування специфічних галузевих інструментів оцінки якості сервісу та рівня лояльності клієнтів (NPS, CSI, CES, методика Mystery Guest, сервісний аудит, сенсорний аналіз меню), що дозволяє оцифрувати нематеріальні активи гостинності.
3. Розвиток навичок роботи з сучасними цифровими інструментами для збору, обробки та статистичного аналізу даних (поглиблене використання Excel, Google Forms, SurveyMonkey, спеціалізоване аналітичне ПЗ), а також візуалізації отриманих результатів у вигляді зрозумілих дашбордів.
4. Формування високої етичної культури дослідника, зокрема в аспектах дотримання принципів академічної доброчесності, а також правових та моральних норм при роботі з конфіденційною інформацією та захисту персональних даних гостей (відповідність стандартам GDPR).
5. Набуття вмінь стратегічної інтерпретації результатів досліджень (із застосуванням SWOT-аналізу, PESTEL-аналізу, конкурентного

бенчмаркінгу) та їх переконливої презентації ключовим стейкхолдерам та потенційним інвесторам (навички бізнес-пітчінгу, сторітелінгу та підготовки грантових заявок).

Предметом навчальної дисципліни є сукупність прикладних методів, аналітичних інструментів, моделей та технологій, що застосовуються для вивчення ринкового середовища, психології поведінки споживачів, а також внутрішніх операційних та сервісних процесів індустрії гостинності.

Об'єктом навчальної дисципліни є динамічні сервісно-виробничі, маркетингові та управлінські процеси суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу, що підлягають системному дослідженню з метою підвищення їх операційної ефективності, якості послуг та ринкової конкурентоспроможності.

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна визначено в табл. 1.

Таблиця 1

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна

Результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти
РН1	ЗК 1, ЗК 8, СК 8.
РН2	ЗК 3, ЗК 5, ЗК 8, СК 2, СК 3, СК 6, СК 11, СК 12
РН5	ЗК 8, ЗК 10, СК 2, СК 6, СК 11, СК 12
РН6	ЗК 8, ЗК 10, СК 2, СК 6
РН7	ЗК 4, ЗК 8, ЗК 10, СК 1, СК 2, СК 6, СК 11, СК 13
РН9	ЗК 8, СК 2, СК 3
РН10	ЗК 8, СК 1, СК 11, СК 14
РН12	ЗК 8, ЗК 10, СК 1, СК 2, СК 3, СК 6, СК 11, СК 13, СК 14
РН13	ЗК 8, СК 11, СК 13
РН14	ЗК 8, СК 2, СК 3, СК 6, СК 13

де, РН1. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці основні положення законодавства, національних і міжнародних стандартів, що регламентують діяльність суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу

РН2. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з готельної та ресторанної справи, організації обслуговування споживачів та діяльності суб'єктів ринку готельних та ресторанних послуг, а також суміжних наук.

РН5. Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

РН6. Аналізувати, інтерпретувати і моделювати на основі існуючих наукових концепцій сервісно виробничі процеси готельного та ресторанного бізнесу.

РН7. Організовувати процес обслуговування споживачів готельних та ресторанних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і

сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки

РН9. Здійснювати підбір технологічного устаткування та обладнання, вирішувати питання раціонального використання просторових та матеріальних ресурсів

РН10. Розробляти нові послуги (продукцію) використовуючи технології виробництва та обслуговування споживачів.

РН12. Здійснювати ефективний контроль якості продуктів та послуг закладів готельного і ресторанного господарства.

РН13. Визначати та формувати організаційну структуру підрозділів, координувати їх діяльність, визначати їх завдання та штатний розклад, вимоги до кваліфікації персоналу.

РН14. Організовувати роботу в закладах готельного і ресторанного господарства відповідно до вимог охорони праці та протипожежної безпеки.

ЗК 01. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, вести здоровий спосіб життя.

ЗК 02. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо, реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК 03. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК 04. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК 05. Здатність працювати в команді.

ЗК 06. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК 08. Навики здійснення безпечної діяльності.

ЗК 10. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

СК 01. Розуміння предметної області і специфіки професійної діяльності.

СК 02. Здатність організовувати сервісно-виробничий процес з урахуванням вимог і потреб споживачів та забезпечувати його ефективність.

СК 03. Здатність використовувати на практиці основи діючого законодавства в сфері готельного та ресторанного бізнесу та відстежувати зміни.

СК 06. Здатність проектувати технологічний процес виробництва продукції і послуг та сервісний процес реалізації основних і додаткових послуг у підприємствах (зкладах) готельно-ресторанного та рекреаційного господарства.

СК 08. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання готельних та ресторанних послуг для різних сегментів споживачів.

СК 11. Здатність виявляти, визначати й оцінювати ознаки, властивості і показники якості продукції та послуг, що впливають на рівень забезпечення вимог споживачів у сфері гостинності.

СК 12. Здатність ініціювати концепцію розвитку бізнесу, формулювати бізнес-ідею розвитку суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

СК 13. Здатність здійснювати планування, управління і контроль діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу

СК 14. Здатність формувати новаторські ідеї у сфері гостинності та реалізовувати їх у міжнародному, мультикультурному середовищі.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Методологічні основи та дизайн досліджень

Тема 1. Наукові дослідження як драйвер розвитку індустрії гостинності

Парадигма переходу від теоретичного пізнання до R&D (Research and Development) у сфері послуг. Роль наукової компоненти у створенні доданої вартості готельного та ресторанного продукту. Концепція Data-Driven Management: прийняття управлінських рішень на основі даних.

Типологія досліджень у сфері гостинності: фундаментальні та прикладні, пошукові, описові та пояснювальні. Специфіка об'єкта досліджень у HoReCa. Сучасні вектори наукового пошуку: сталий розвиток (sustainability), персоналізація сервісу, діджиталізація процесів та економіка вражень. Взаємозв'язок науки та бізнесу: від теорії до монетизації знань.

Тема 2. Інформаційний ландшафт галузі: джерела та верифікація

Інформаційна екосистема сучасного дослідника. Класифікація джерел інформації: первинні та вторинні дані. Глобальні галузеві бази даних та аналітичні платформи (UNWTO, Statista, Eurostat, Horwath HTL) як джерело ринкової статистики.

Наукометричні бази даних (Scopus, Web of Science, Google Scholar): принципи роботи та пошукові стратегії. Технології Environmental Scanning (сканування середовища). Критичне мислення та медіаграмотність: методи верифікації інформації, фактчекінг, розрізнення маркетингових міфів та реальних трендів. Інструменти аналізу пошукових запитів (Google Trends) для виявлення споживчого попиту.

Тема 3. Етика досліджень та культура академічної доброчесності

Нормативно-правові та морально-етичні засади наукової діяльності. Кодекс академічної доброчесності університету. Поняття плагіату, його види та методи запобігання. Самоцититування та коректне оформлення запозичень (стандарти APA).

Етика бізнес-досліджень у сфері гостинності. Принципи інформованої згоди респондентів. Регламент GDPR та захист персональних даних гостей при проведенні анкетувань та спостережень. Етичні дилеми: межі втручання у приватність клієнта та моніторинг персоналу.

Тема 4. Дизайн дослідницького проєкту: від ідеї до плану

Архітектоніка наукового дослідження. Категоріальний апарат: об'єкт, предмет, мета та завдання дослідження. Формулювання наукової проблеми та робочої гіпотези.

Методологічні стратегії: кількісна, якісна та змішана (Mixed Methods Research). Критерії вибору оптимальної стратегії для вирішення бізнес-задач.

Логіко-структурна матриця дослідження. Операціоналізація понять. Планування дослідницького процесу: етапи, ресурси, тайм-менеджмент (діаграма Ганта). Ризики та обмеження дослідження.

Змістовий модуль 2. Інструментарій збору та аналізу даних

Тема 5. Кількісні методи: опитування та анкетування в HoReCa

Соціологічні методи у вивченні гостя. Види опитувань: суцільні та вибіркові, очні та дистанційні. Метрики лояльності та задоволеності: CSI (Customer Satisfaction Index), NPS (Net Promoter Score), CES (Customer Effort Score).

Конструювання дослідницького інструментарію. Типологія питань в анкеті. Вимірні шкали: номінальні, порядкові, інтервальні, шкала Лайкерта, семантичний диференціал. Основи вибіркового методу: генеральна та вибіркова сукупність, репрезентативність, розрахунок обсягу вибірки. Типові помилки при складанні анкет (bias). Цифрові платформи для анкетування (Google Forms, Microsoft Forms).

Тема 6. Якісні методи: глибинні інтерв'ю та фокус-групи

Специфіка якісних досліджень: пошук інсайтів та глибинних мотивів. Методика проведення глибинного інтерв'ю (In-depth interview): структура гайду, техніки активного слухання.

Метод фокус-груп у ресторанному та готельному бізнесі: організація простору, скринінг учасників, роль модератора. Аналіз групової динаміки. Застосування фокус-груп для тестування нових продуктів (tasting sessions) та концепцій сервісу. Проективні методики. Контент-аналіз якісних даних: транскрибування, кодування тексту, виявлення патернів.

Тема 7. Методи спостереження та експериментальні дослідження

Спостереження як метод збору первинної інформації: включене (етнографічне) та невключене, відкрите та приховане. Технологія Mystery Shopping («Таємний гість»): розробка легенди, критеріїв оцінки та чек-листів. Аудит стандартів обслуговування.

Експериментальні методи в HoReCa. Польові та лабораторні експерименти. Menu Engineering: експерименти з дизайном та структурою меню. А/В тестування цінових пропозицій та елементів сервісу. Вплив сенсорних факторів (музика, світло, аромаркетинг) на споживчу поведінку.

Тема 8. Специфічні методи: сенсорний аналіз та кваліметрія

Методологія оцінки якості продукції громадського харчування. Органолептичні та сенсорні методи аналізу: відмінності та сфери застосування. Робота дегустаційних комісій. Побудова сенсорних профілів страв (Flavour profiles).

Кваліметрія послуг гостинності. Моделі оцінки якості сервісу: SERVQUAL (аналіз розривів), SERVPERF, модель Кано. Інтегральні показники якості. Методи експертних оцінок: метод Дельфі, ранжування.

Тема 9. Аналітична обробка даних та основи статистики

Первинна обробка даних: групування, зведення, перевірка на помилки. Основи описової статистики для менеджерів: міри центральної тенденції (середнє, медіана, мода) та варіації (дисперсія).

Кореляційний аналіз: виявлення зв'язків між показниками діяльності підприємства. Інструментарій Excel для статистичного аналізу (Data Analysis Toolpak). Принципи візуалізації даних: типи діаграм, графіків, теплових карт. Створення аналітичних дашбордів для моніторингу KPI. Інтерпретація статистичних даних для прийняття бізнес-рішень.

Змістовий модуль 3. Імплементация та комунікація результатів

Тема 10. Стратегічний аналіз бізнес-середовища

Методи стратегічної діагностики макро- та мікросередовища. SWOT-аналіз: ідентифікація сильних і слабких сторін, можливостей та загроз. PESTEL-аналіз: вплив політичних, економічних, соціокультурних та технологічних факторів.

Модель п'яти сил Портера для аналізу конкуренції. Бенчмаркінг (порівняльний аналіз) як інструмент пошуку кращих практик. Методи форсайту та сценарного планування розвитку туристичних дестинацій та підприємств гостинності.

Тема 11. Академічне письмо та публікаційна активність

Жанрова палітра наукових та аналітичних текстів: тези доповідей, наукова стаття, аналітична записка, звіт. Міжнародний стандарт структури наукової публікації IMRAD (Introduction, Methods, Results, Discussion).

Стилістика наукової та професійної мови. Вимоги до публікацій у фахових виданнях категорії "Б" та міжнародних базах. Написання структурованих анотацій (Abstract) англійською мовою. Рецензування наукових робіт (Peer Review).

Тема 12. Презентація результатів та фандрейзинг

Комунікація результатів дослідження різним цільовим аудиторіям. Мистецтво публічного виступу та наукової полеміки. Структура та дизайн ефективної презентації.

Специфічні формати бізнес-комунікації: пітчінг (Pitching) стартапів та ідей. Техніка Elevator Pitch. Основи грантової діяльності (Grant writing): пошук джерел фінансування (програми ЄС, галузеві гранти), структура грантової заявки, обґрунтування бюджету та стійкості проекту.

Перелік практичних (семінарських) / завдань за навчальною дисципліною наведено в табл. 2.

Перелік практичних занять / завдань

Назва теми та / або завдання	Зміст
Завдання 1. Ідентифікація дослідницької проблеми	Аналіз кейсів світових брендів. Формулювання актуальної проблеми та робочої гіпотези на основі аналізу відгуків (Booking.com, TripAdvisor).
Завдання 2. Інформаційний аудит	Практикум з пошуку статистичних даних. Складання аналітичного дайджесту з використанням глобальних баз даних (UNWTO, Statista). Робота з Google Trends.
Завдання 3. Етичний практикум	Аналіз ситуаційних задач з етики. Перевірка тексту на унікальність. Оформлення цитувань за стандартом APA.
Завдання 4. Воркшоп з дизайну дослідження	Розробка паспорта дослідницького проєкту. Обґрунтування методології та складання діаграми Ганта (календарного плану).
Завдання 5. Розробка інструментарію	Створення онлайн-анкети (Google Forms / Microsoft Forms) для оцінки якості послуг. Пілотне тестування та виявлення помилок.
Завдання 6. Симуляція якісного дослідження	Рольова гра: проведення глибинного інтерв'ю. Транскрибування та кодування тексту для виявлення інсайтів (Content analysis).
Завдання 7. Проєктування експерименту	Розробка чек-листа «Таємного гостя» (Mystery Guest). Планування польового дослідження стандартів обслуговування.
Завдання 8. Лабораторія якості	Проведення спрощеного сенсорного аналізу (трикутниковий тест або профільний метод) або розрахунок показників за моделлю SERVQUAL.
Завдання 9. Data Mining в Excel	Робота з масивом даних готельного підприємства. Розрахунок описової статистики, побудова діаграм Парето, трендів та графіків сезонності.
Завдання 10. Стратегічна сесія	Проведення комплексного стратегічного аналізу (SWOT) об'єкта гостинності. Формулювання стратегічних альтернатив.
Завдання 11. Письмовий практикум	Написання тез доповіді на студентську конференцію. Взаємне рецензування робіт (Peer Review) за критеріями науковості.
Завдання 12. Підсумкова конференція-захист	Публічна презентація (Pitching) результатів дослідницьких проєктів. Elevator Pitch ідей. Дискусія та захист робіт.

Перелік самостійної роботи за навчальною дисципліною наведено в табл. 3.

Перелік самостійної роботи

Назва теми та / або завдання	Зміст
Тема 1-12	Вивчення лекційного матеріалу
Тема 1-12	Підготовка до практичних занять
Тема 1-12	Виконання компетентнісно-орієнтованих завдань
Тема 1-12	Підготовка до контрольних робіт

Кількість годин лекційних, практичних (семінарських) занять та годин самостійної роботи наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

МЕТОДИ НАВЧАННЯ

У процесі викладання навчальної дисципліни для набуття визначених результатів навчання, активізації освітнього процесу передбачено застосування таких методів навчання, як:

Наочні (демонстрація (Тема 1-12)).

Практичні (дискусії (Теми 1,5,6,8-12), робота в малих групах (Теми 2-4,7)).

ФОРМИ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, практичних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів: для дисциплін з формою семестрового контролю екзамен (іспит): максимальна сума – 60 балів; мінімальна сума, що дозволяє здобувачу вищої освіти скласти екзамен (іспит) – 35 балів.

Підсумковий контроль включає семестровий контроль та атестацію здобувача вищої освіти.

Семестровий контроль проводиться у формі семестрового екзамену (іспиту). Складання семестрового екзамену (іспиту) здійснюється під час екзаменаційної сесії.

Максимальна сума балів, яку може отримати здобувач вищої освіти під час екзамену (іспиту) – 40 балів. Мінімальна сума, за якою екзамен (іспит) вважається складеним – 25 балів.

Підсумкова оцінка за навчальною дисципліною визначається сумуванням всіх балів, отриманих під час поточного контролю.

Під час викладання навчальної дисципліни використовуються наступні контрольні заходи:

Поточний контроль: комплексно-орієнтовні завдання (36 балів), письмові контрольні роботи (24 бали).

Семестровий контроль: екзамен (40 балів).

Більш детальну інформацію щодо системи оцінювання наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

Приклад екзаменаційного білета та критерії оцінювання для навчальної дисципліни.

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Спеціальність «Готельно-ресторанна справа та кейтеринг»
Освітня програма «Готельно-ресторанна справа»
Навчальна дисципліна «Основи наукових досліджень в індустрії гостинності»

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 1

Завдання 1 (тестове). (10 балів)

Запитання 1: Яку функцію виконують міжнародні гастрономічні рейтинги (наприклад, Michelin, The World's 50 Best Restaurants) у ресторанному бізнесі?

- A) Виключно контролюють санітарний стан закладів
- B) Формують глобальні тренди та впливають на гастрономічну моду
- C) Займаються розподілом державних субсидій для ресторанів
- D) Регулюють ціноутворення у закладах громадського харчування

Запитання 2: Що передбачає парадигма ESG (Environmental, Social, Governance) у діяльності сучасного ресторану?

- A) Зосередження виключно на максимізації прибутку акціонерів
- B) Ігнорування екологічних норм заради зниження собівартості
- C) Комплексний підхід до екологічності, соціальної відповідальності та прозорого управління
- D) Використання виключно імпортних продуктів для підвищення статусу

Запитання 3: У чому полягає сутність концепції «Farm-to-Table» (від ферми до столу)?

- A) Використання заморожених напівфабрикатів тривалого зберігання
- B) Пряма співпраця з локальними виробниками та мінімізація посередників
- C) Постачання продуктів виключно з великих агрохолдингів
- D) Орієнтація меню на екзотичні продукти незалежно від сезону

Запитання 4: Що означає термін «локаворство» в контексті ресторанних трендів?

- A) Споживання продуктів, вироблених у радіусі певної місцевості, та врахування сезонності
- B) Відмова від споживання м'яса та продуктів тваринного походження

- ЄС
- C) Використання виключно органічних продуктів, що мають сертифікацію ЄС
 - D) Створення страв, що імітують смаки відомих світових брендів

Запитання 5: Яке призначення систем захисту географічних зазначень (PDO, PGI) для крафтових продуктів?

- A) Спрощення процедури експорту будь-яких товарів
- B) Захист унікальності продукту, пов'язаного з певним регіоном виробництва
- C) Уніфікація смакових якостей продуктів по всьому світу
- D) Зниження податкового навантаження на великі корпорації

Запитання 6: Яка роль технологій FoodTech та штучного інтелекту (AI) в управлінні сучасним рестораном?

- A) Повна заміна персоналу роботами у всіх закладах
- B) Управління запасами, прогнозування попиту та персоналізація пропозицій
- C) Створення штучних інгредієнтів для здешевлення страв
- D) Виключно розважальна функція для гостей у залі

Запитання 7: Що є характерною рисою «третьої хвилі» кави?

- A) Масове споживання розчинної кави
- B) Акцент на брендів кав'ярні, а не на продукти
- C) Ставлення до кави як до делікатесного продукту (спешелті), увага до походження зерна та методів заварювання
- D) Додавання великої кількості сиропів та топінгів для маскуванню смаку кави

Запитання 8: Що передбачає економіка вражень (Experience Economy) у ресторанному бізнесі?

- A) Продаж клієнту не просто їжі, а емоційного досвіду та атмосфери
- B) Зниження цін для залучення максимальної кількості клієнтів
- C) Стандартизація сервісу для зменшення часу обслуговування
- D) Відмова від дизайну інтер'єру на користь функціональності

Запитання 9: Які продукти відносяться до ринку рослинних альтернатив (Plant-based)?

- A) М'ясо, вирощене в лабораторії з клітин тварин
- B) Продукти, виготовлені виключно з рослинних інгредієнтів, що імітують смак і текстуру м'яса або молочних виробів
- C) Органічні овочі та фрукти, вирощені без пестицидів
- D) Дієтичні добавки та вітамінні комплекси

Запитання 10: У чому полягає феномен «глокалізації» в ресторанному бізнесі?

- A) Повне копіювання іноземних концепцій без змін
- B) Ігнорування світових тенденцій на користь традицій

С) Адаптація глобальних трендів до локальних ринків та культурних особливостей

Д) Створення глобальних мереж фаст-фуду

Завдання 2 (евристичне). (30 балів)

Запитання 1: Проаналізуйте вплив концепції сталого розвитку (sustainability) та стратегії «Zero Waste» на операційну діяльність сучасного ресторану.

Запитання 2: Охарактеризуйте перспективи розвитку ринку крафтових продуктів (на прикладі сироваріння або пивоваріння) в умовах глобалізації та попиту на локальну ідентичність.

Запитання 3: Розкрийте сутність форсайт-прогнозування розвитку галузі до 2030 року, виокремивши роль нових форматів (Dark Kitchens, віртуальні бренди).

Критерії оцінювання

Підсумкові бали за екзамен складаються із суми балів за виконання всіх завдань, що округлені до цілого числа за правилами математики.

Алгоритм вирішення кожного завдання включає окремі етапи, які відрізняються за складністю, трудомісткістю та значенням для розв'язання завдання. Тому окремі завдання та етапи їх розв'язання оцінюються відокремлено один від одного таким чином:

Завдання 1 (тестове). (0-10 балів).

Критерії оцінювання при відповіді на тестові запитання:

За кожен правильно надану відповідь здобувач отримує 1 (один) бал.

Завдання 2 (евристичне). (0-30 балів)

Критерії оцінювання при відповіді на евристичне завдання:

26-30 – Здобувач правильно дав відповідь на завдання, вміє пояснити методологію та зміст застосовуваного понятійного апарату. Вміє аргументувати свої думки.

21-25 – Здобувач показує знання методології тематики евристичного завдання та змісту застосовуваного понятійного апарату. Проте допущені окремі незначні помилки.

16-20 – Здобувач показує знання методології евристичного завдання. Проте допущені помилки не дають можливості зробити правильні висновки.

11-15 – Здобувач частково розв'язує евристичне завдання та може аргументувати свою відповідь, але помиляється у використанні понятійного апарату.

6-10 – Здобувач частково відповів на евристичне завдання, але не спромігся аргументувати свою відповідь, помилився у використанні методології та понятійного апарату.

0-5 – Здобувач взагалі не дав відповідь на евристичне завдання

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Основи наукових досліджень : підручник / І. Ш. Невлюдов, Ю. М. Олександров, А. О. Андрусевич, О. О. Чала ; М-во освіти і науки України, Харків. нац. ун-т радіоелектроніки. – Prague : OKTAN PRINT, 2024. – 468 с. <https://openarchive.nure.ua/handle/document/28574>
2. Основи наукових досліджень : конспект лекцій / уклад. О. А. Шуменко. Суми : Сумський державний університет, 2025. 74 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/98583>
3. Методологія та організація наукових досліджень : методичні рекомендації до самостійної роботи здобувачів усіх спеціальностей [Електронний ресурс] / уклад. О. І. Пушкар. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2023. – 110 с. <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/28496>

Додаткова

4. Борзих Т. Ю. Підґрунття реалізації процесу створення додатку для швидкого замовлення та доставки їжі / Т. Ю. Борзих, І. О. Хорошевська, / Розвиток наукової думки постіндустріального суспільства: сучасний дискурс: матеріали IV Міжнародної наукової конференції, Івано-Франківськ, 17 листопада 2023 р. : тези допов. / Міжнародний центр наукових досліджень. - Вінниця: ТОВ «УКРЛОГОС Груп, 2023. - С. 134-135. <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/30776>
5. Грузіна І. Розвиток наукових підходів до дослідження організації / І. Грузіна // Бізнес Інформ. – 2022. – № 2. – С. 132-139. <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/27651>

Інформаційні ресурси

6. Основи наукових досліджень в індустрії гостинності (спец. 241) – [Електрон. ресурс] : Сайт ПНС ХНЕУ ім. С. Кузнеця. – Режим доступу : <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=10692>
7. Ініціатива Academic IQ (Ініціатива академічної доброчесності та якості освіти) – [Електрон. ресурс] . – Режим доступу : <https://www.youtube.com/@academiciq8591>