

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МІЖНАРОДНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра готельно-ресторанного та туристичного бізнесу

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ ПОСІБНИК
ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Галузь знань	<u>І Транспорт та послуги</u>
Спеціальність	<u>І2 Готельно-ресторанна справа та кейтеринг</u>
Назва освітньої програми	<u>Готельно-ресторанна справа та кейтеринг</u>
Рівень вищої освіти	<u>другий (магістерський) рівень</u>

Одеса - 2025 рік

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ : Навчальний посібник
[Електронне видання]/факультет менеджменту, готельно-ресторанної справи та
туризму. Міжнародний гуманітарний університет. Одеса. 2025.87с

Навчальний посібник підготовлено відповідно до методики викладання освітньої компоненти **«ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ»** для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності J2 «Готельно-ресторанна справа та кейтеринг» освітньої програми «Готельно-ресторанна справа та кейтеринг» Посібник охоплює короткий зміст тем, теоретичні питання для самоконтролю, практичні завдання, що дозволять набутти загальних та професійних компетентностей, програмних результатів навчання, передбачених Стандартом вищої освіти України для другого (магістерського) рівня вищої освіти галузі знань 24 «Сфера обслуговування», спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа», затвердженого та введеного в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.01.2021 № 26

*Рекомендовано до друку Вченою Радою Міжнародного гуманітарного
університету*

протокол №1 від 29 серпня 2025р.

Автор :

Дишкантюк Оксана Володимирівна – декан факультету менеджменту, готельно-ресторанної справи та туризму Міжнародного гуманітарного університету, кандидат технічних наук, доцент

ЗМІСТ

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	3
2. МАТЕРІАЛ ДО ЛЕКЦІЙ	8
3. ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ	48
4. ТЕМАТИКА ТА ПИТАННЯ ДО САМОСТІЙНИХ ЗАВДАНЬ	74
5. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА	86

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3 Загальна кількість годин – 90	<u>24 «Сфера обслуговування»</u>	обов’язкова	
	Спеціальність – <u>241 Готельно-ресторанна справа</u>	Рік підготовки:	
		1-й	
		Семестр	
		1-й	1-й
		Лекції	
Мова навчання – українська	Рівень вищої освіти – <u>другий (магістерський) рівень</u>	26 год.	10 год.
		Практичні, семінарські	
		26 год.	10 год.
		Лабораторні	
		-	-
		Самостійна робота та індивідуальні завдання	
		128 год.	160год.
		Вид контролю:	
		екзамен	екзамен

Мета курсу «Інноваційні технології в ресторанному бізнесі» полягає у наданні здобувачам сучасних знань та практичних навичок щодо впровадження інноваційних технологій у процеси обслуговування, управління, маркетингу та виробництва в ресторанному бізнесі, спрямованих на підвищення ефективності закладів, покращення якості послуг і відповідність новітнім тенденціям та вимогам ринку.

ПРЕРЕКВІЗИТИ: для вивчення дисципліни «Інноваційні технології в ресторанному бізнесі» здобувачі повинні мати загальні уявлення про принципи організації та управління діяльністю підприємств, розуміти значення інновацій у сучасному світі та їх вплив на розвиток різних сфер. Важливими є навички аналітичного мислення, здатність працювати з інформацією, оцінювати тенденції та робити узагальнення. Дисципліна передбачає відкритість до нових знань, креативність, гнучкість мислення та готовність сприймати сучасні технологічні рішення для подальшого їх застосування у професійній діяльності.

ПОСТРЕКВІЗИТИ: Start Up тренінг, HR – менеджмент готелів і ресторанів, Виробнича практика, Переддипломна практика, Підготовка випускної кваліфікаційної роботи та захист

2. ОЧІКУВАНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ, ЯКІ ПЛАНУЄТЬСЯ СФОРМУВАТИ ТА ДОСЯГНЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

У процесі реалізації програми дисципліни «Інноваційні технології в ресторанному бізнесі» формуються наступні компетентності із передбачених освітньою програмою:

Інтегральна компетентність

Здатність розв'язувати складні задачі дослідницького та/або інноваційного характеру готельно-ресторанної справи.

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК 01. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

ЗК 02. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 03. Здатність до аналізу, оцінки, синтезу, генерування нових ідей.

ЗК 05. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

ЗК 06. Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні.

Спеціальні (фахові) компетентності:

СК 01. Здатність застосовувати науковий, аналітичний, методичний інструментарій, використовувати міждисциплінарні дослідження аналізу стану розвитку глобальних та локальних ринків готельних та ресторанних послуг для розв'язання складних задач розвитку готельного і ресторанного бізнесу

СК 02. Здатність систематизувати та синтезувати інформацію для врахування крос-культурних особливостей функціонування суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу

СК 04. Здатність створювати і впроваджувати продуктові, сервісні, організаційні, соціальні, управлінські, інфраструктурні, маркетингові інновації у господарську діяльність суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу

СК 07. Здатність до підприємницької діяльності.

СК 09. Здатність забезпечувати якість обслуговування споживачів готельних та ресторанних послуг.

СК 11. Здатність до самостійного опанування новими знаннями, використання інноваційних технологій у сфері готельного та ресторанного бізнесу.

СК 13. *Здатність розробляти концепції, бізнес-моделі та технологічні рішення для закладів готельного, ресторанного та кейтерингового господарства з урахуванням регіональних особливостей, стратегічних пріоритетів розвитку України та сучасних тенденцій індустрії гостинності.*

Навчальна дисципліна «Інноваційні технології в ресторанному бізнесі» забезпечує досягнення **програмних результатів навчання(РН)**, передбачених освітньою програмою:

РН 01. Розробляти і приймати ефективні рішення з питань розвитку суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу, враховуючи цілі, ресурси, обмеження та ризики, забезпечувати їх реалізацію, аналізувати і порівнювати альтернативи, оцінювати ризики та імовірні наслідки їх впливу.

РН 03. Розробляти, впроваджувати та застосовувати сучасні методи оцінювання ефективності впровадження інновацій в готельно-ресторанному бізнесі.

РН 07. Досліджувати моделі розвитку міжнародних та національних готельних і ресторанних мереж (корпорацій).

РН 09. Застосовувати спеціалізоване програмне забезпечення для розв'язання задач управління основними та допоміжними бізнес-процесами суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

РН 11. Здійснювати дослідження та/або провадити інноваційну діяльність з метою отримання нових знань та створення нових технологій та видів послуг (продукції) в сфері готельно-ресторанного бізнесу та в ширших мультидисциплінарних контекстах.

РН 13. *Розробляти концепції, бізнес-моделі та технологічні рішення для закладів готельного, ресторанного і кейтерингового господарства, враховуючи регіональні особливості, стратегічні пріоритети розвитку сфери гостинності України та сучасні міжнародні стандарти.*

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1. Методологічні засади інноваційної діяльності в ресторанному бізнесі

- Поняття інновації в індустрії гостинності.
- Методологічні підходи до дослідження інноваційних процесів у ресторанному бізнесі.
- Методи наукового дослідження інновацій (спостереження, анкетування, SWOT-аналіз, benchmarking, експеримент, аналіз трендів).
- Структура інноваційного дослідження: постановка проблеми, мета, гіпотеза, методи, аналіз результатів.

Інновації як об'єкт наукового пізнання у готельно-ресторанній сфері.

Тема 2. Інноваційні концепції та формати сучасних закладів ресторанного господарства та їх розвиток

Тема 3. Інноваційні технології у створенні концептуального меню. Інжиниринг меню

Тема 4. Інноваційні кулінарні технології: молекулярна гастрономія, технології здорового харчування, створення індивідуальних страв на основі персональних вподобань споживачів

Тема 5. Інноваційні технології сервісу у ресторанному господарстві. Кейтеринг

Тема 6. Інноваційні методи управління ресторанами: CRM-системи, автоматизовані системи для управління запасами, замовленнями та обслуговуванням клієнтів.

Тема 7. Інноваційні технології впровадження штучного інтелекту в ресторанному бізнесі

Тема 8. Інноваційні технології створення програм стимулювання лояльності споживачів закладу ресторанного господарства

Тема 9. Особливості впровадження та розповсюдження інновацій у ресторанному бізнесі

Тема 10. Особливості створення діяльності екологічного ресторану

Тема 11. Сучасні тенденції організації надання інноваційних додаткових послуг у закладі ресторанного господарства та їх розвиток

Тема 12. Впровадження інноваційних енергозберігаючих технологій у ресторанному господарстві.

Тема 13. Формування структурно-якісної системи інноваційних управлінських рішень діяльності підприємств ресторанного бізнесу.

МАТЕРІАЛИ ДО ЛЕКЦІЙ.

ТЕМА 1. МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

План лекції:

1. Сутність інновацій та інноваційної діяльності в індустрії гостинності.
2. Класифікація інновацій у ресторанному бізнесі.
3. Методологічні підходи до дослідження інноваційних процесів.
4. Методи наукових досліджень інновацій у сфері готельно-ресторанного бізнесу.
5. Структура дослідження: проблема, мета, гіпотеза, методи, аналіз результатів.
6. Інновації як об'єкт наукового пізнання у готельно-ресторанній сфері.

1. Сутність інновацій та інноваційної діяльності в індустрії гостинності

Поняття **інновації** (від лат. *innovatio* — оновлення) означає створення, впровадження та комерціалізацію нових ідей, технологій або процесів, які змінюють структуру виробництва, організацію праці, систему управління або взаємодію зі споживачем. В індустрії гостинності інновації набувають особливої форми — вони інтегрують **технологічний, сервісний, організаційний, маркетинговий та соціальний виміри**. Інноваційна діяльність у ресторанному бізнесі — це сукупність дій щодо створення, впровадження та використання нововведень, спрямованих на підвищення ефективності функціонування закладу ресторанного господарства, конкурентоспроможності його послуг і задоволення потреб клієнтів.

Основні мотиви впровадження інновацій:

- необхідність підвищення якості послуг;
- реакція на зміну споживчих уподобань;
- розвиток цифрових технологій;
- вимоги до сталого розвитку й енергоефективності;
- конкуренція на ринку HoReCa.

2. Класифікація інновацій у ресторанному бізнесі

Класифікація інновацій у ресторанному бізнесі здійснюється за різними критеріями:

Критерій	Приклад
За напрямом дії	продуктні (нові страви, функціональне меню), процесні (нові способи обслуговування)
За рівнем новизни	радикальні (створення нового формату ресторану), модифікаційні (оновлення асортименту)
За характером впливу	технологічні, організаційні, маркетингові, соціальні
За масштабом впровадження	локальні (в межах ресторану), галузеві, глобальні
За джерелом походження	внутрішні (власні розробки), зовнішні (трансфер технологій, франчайзинг)

Прикладом комплексних інновацій є впровадження **моделей самообслуговування з цифровими терміналами, використання роботизованих систем, меню з QR-кодами, smart-kitchen технологій та систем НАССР із сенсорними датчиками.**

3. Методологічні підходи до дослідження інноваційних процесів

Методологія дослідження інновацій спирається на сукупність концепцій, принципів і підходів, які дозволяють системно аналізувати процеси створення та впровадження нововведень.

Основні методологічні підходи:

1. **Системний** — розглядає інновацію як елемент цілісної системи (взаємодія технології, персоналу, клієнта, середовища).
2. **Процесний** — трактує інноваційну діяльність як безперервний процес від ідеї до впровадження.
3. **Інтеграційний** — акцентує взаємодію між підсистемами бізнесу (виробництво, маркетинг, менеджмент).
4. **Клієнтоорієнтований** — оцінює інновації через їх вплив на споживацький досвід.
5. **Інноваційно-аналітичний** — базується на кількісних і якісних методах аналізу ефективності.
6. **Компаративний** — передбачає порівняння національних і міжнародних практик інновацій у сфері HoReCa.

4. Методи наукових досліджень інновацій у сфері готельно-ресторанного бізнесу

Інноваційні дослідження у сфері ресторанного бізнесу проводяться з використанням таких методів:

- **Емпіричні:** спостереження, анкетування клієнтів, інтерв'ю з менеджментом, експерименти з новими форматами обслуговування.
- **Теоретичні:** аналіз, синтез, абстрагування, індукція, дедукція, моделювання інноваційних процесів.
- **Кількісні:** статистичний аналіз, кореляційно-регресійний аналіз, економіко-математичне моделювання.
- **Якісні:** SWOT-аналіз, PEST-аналіз, експертні оцінки, сценарне прогнозування, контент-аналіз трендів.
- **Комплексні:** використання Business Intelligence (BI), big data-аналітики для визначення поведінки споживачів і ефективності впроваджених інновацій.

5. Структура дослідження: проблема, мета, гіпотеза, методи, аналіз результатів

Будь-яке інноваційне дослідження повинно мати чітку структуру:

1. **Проблема** — визначення розриву між поточним і бажаним станом системи (наприклад, низький рівень цифровізації сервісу).

2. **Мета** — формування бажаного результату (підвищення ефективності обслуговування через автоматизацію процесів).
3. **Гіпотеза** — припущення щодо способу досягнення мети (впровадження CRM-системи скоротить час замовлення на 20%).
4. **Методи дослідження** — вибір способів збору, аналізу та інтерпретації даних.
5. **Аналіз результатів** — оцінка впливу інноваційного рішення на фінансові, організаційні й соціальні показники діяльності.

6. Інновації як об'єкт наукового пізнання у готельно-ресторанній сфері

Інновації у сфері ресторанного господарства розглядаються не лише як практичні зміни, але й як **предмет наукового дослідження**.

Об'єктом виступають закономірності розвитку нововведень, а предметом — **механізми управління інноваційними процесами в умовах ринку гостинності**.

Наукове пізнання інновацій спирається на такі принципи:

- **об'єктивність** — дослідження базується на фактах і даних;
- **системність** — урахування взаємозв'язку між підсистемами підприємства;
- **розвитковість** — урахування динаміки галузевих трендів;
- **практична спрямованість** — результати дослідження застосовуються у проектуванні закладів, створенні концепцій і впровадженні інноваційних технологій

Питання до самоперевірки:

1. Що таке інновація та інноваційна діяльність у ресторанному бізнесі?
2. Які основні види інновацій виокремлюють у сфері ресторанного бізнесу?
3. Назвіть ключові методологічні підходи до дослідження інновацій.
4. Які методи використовуються для аналізу інноваційних процесів?
5. З яких етапів складається структура інноваційного дослідження?
6. Як інновації впливають на розвиток підприємства ресторанного господарства?

ТЕМА 2. ІННОВАЦІЙНІ КОНЦЕПЦІЇ ТА ФОРМАТИ СУЧАСНИХ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ТА ЇХ РОЗВИТОК

План лекції

1. Еволюція концепцій закладів ресторанного господарства.
2. Класифікація інноваційних форматів сучасних ресторанів.
3. Методологічні підходи до дослідження інноваційних моделей ресторанного бізнесу.
4. Методи аналізу та моделювання розвитку інноваційних форматів.
5. Національні та міжнародні практики впровадження інноваційних концепцій.
6. Науково-аналітичне забезпечення розвитку ресторанних концепцій у контексті сталого менеджменту.

1. Еволюція концепцій закладів ресторанного господарства

Ресторанний бізнес постійно еволюціонує під впливом соціокультурних, економічних та технологічних чинників. Із традиційних форм обслуговування він перетворюється на **інтелектуальну сервісну систему**, де технології, дизайн, гастрономія, маркетинг і психологія клієнта функціонують як єдина екосистема.

Сучасні концепції розвиваються у таких напрямках:

- **клієнтоцентричність** — персоналізований досвід гостя, меню за його ДНК або харчовим профілем;
- **інтеграція digital-технологій** — мобільні додатки, автоматизовані термінали самообслуговування, чат-боти;
- **екологізація процесів** — zero waste production, локальні продукти, green design;
- **кроссекторальність** — поєднання гастрономії з мистецтвом, освітою, наукою чи рекреацією;
- **економіка вражень** — створення емоційного сценарію візиту (immersive dining).

2. Класифікація інноваційних форматів сучасних ресторанів

Тип інноваційного формату	Коротка характеристика	Приклади
Dark kitchen / Cloud restaurant	виробництво страв без зали обслуговування, лише доставка	<i>Kitchens United (США), CookDrive (Україна)</i>
Food hall / Gastro hub	об'єднання різних кухонь і брендів у спільному просторі	<i>Time Out Market (Лісабон)</i>
Pop-up restaurant	тимчасові ресторани як маркетингова стратегія	<i>Noma Pop-up (Токіо)</i>
Thematic immersive dining	гастрономічний перформанс	<i>Dinner in the Sky (Брюссель)</i>
Sustainable restaurant	енергоефективні, екологічні, з локальними продуктами	<i>Silo (Лондон), 100% Green Eatery (Київ)</i>
Hybrid formats (co-working + café)	синергія простору для роботи, освіти, спілкування	<i>Kooperativ Café (Осло)</i>

3. Методологічні підходи до дослідження інноваційних моделей ресторанного бізнесу

Інноваційні формати досліджуються в межах **наукової парадигми інтердисциплінарності**, що інтегрує:

- **Менеджмент інновацій** — аналіз життєвого циклу інновації (модель R. Cooper – Stage-Gate);
- **Маркетингову аналітику** — сегментація, позиціонування, аналіз споживчих трендів (PEST, SWOT, GAP-аналізи);

- **Проектний підхід** — використання інструментів Design Thinking, Lean Startup, Business Model Canvas;
- **Системну методологію** — вивчення взаємозв'язку «концепція – технологія – персонал – клієнт – результат».

У дослідженнях важливо застосовувати **методи наукової верифікації та апробації моделей**, зокрема:

- методи експертного оцінювання (Delphi, Likert);
- компаративний аналіз (національні vs міжнародні мережі);
- факторний аналіз для оцінки ефективності форматів.

4. Методи аналізу та моделювання розвитку інноваційних форматів

Основні методи, що застосовуються у наукових і прикладних дослідженнях:

1. **Benchmarking** — порівняння найкращих світових практик ресторанного бізнесу.
Приклад: аналіз моделі управління інноваціями у мережах McDonald's, Variano, Lviv Croissants.
2. **Case study** — дослідження конкретних кейсів успішних закладів із застосуванням якісних і кількісних показників.
3. **Експертно-аналітичний метод** — залучення фахівців до оцінки новизни та ефективності концепцій.
4. **Сценарний аналіз** — прогнозування розвитку нових форматів на 5–10 років.
5. **Когнітивне моделювання** — побудова карти зв'язків між технологічними, економічними та соціальними факторами інновацій.

5. Національні та міжнародні практики впровадження інноваційних концепцій

Український досвід:

- “100 років тому вперед” (Київ) — ресторан із сенсорним меню та системою zero waste.
- “Rebernia” (Львів) — гастроконцепт, що поєднує шоу, сервіс і маркетинг.
- “BAO Modern Chinese Cuisine” (Димитров) — приклад технологічного менеджменту кухні (молекулярні техніки, відкритий цех).

Міжнародний досвід:

- Starbucks Reserve Roastery (Мілан) — синергія кави, архітектури та цифрового досвіду.
- Haidilao Hot Pot (Сінгапур) — роботизовані офіціанти, персоналізовані страви за алгоритмом AI.
- Nobu (Токіо – Нью-Йорк) — приклад дифузії інноваційної концепції через франчайзинг.

Усі ці формати демонструють методологічну важливість **моделювання інновацій як соціально-економічної системи**, що функціонує в межах глобальної культури гостинності.

6. Науково-аналітичне забезпечення розвитку ресторанних концепцій

Розробка та аналіз інноваційних форматів потребують використання **інструментів наукового менеджменту**:

- **Аналіз життєвого циклу інновації (Innovation Life Cycle Model).**
Дає змогу визначити стадії зародження, росту, зрілості та дифузії інноваційної концепції.
- **Система KPI для оцінки інноваційної ефективності.**
Показники: ROI інновації, рівень автоматизації процесів, коефіцієнт утримання клієнтів (CRR).
- **Методика “5E Customer Journey” (Expectation–Experience–Engagement–Evaluation–Evolution).**
Використовується для дослідження взаємодії клієнта з інноваційним форматом.
- **Моделювання інноваційної архітектури ресторану.**
Передбачає поєднання просторових, технологічних та сервісних параметрів в єдиній системі управління.

Питання для самоперевірки:

1. Які ключові тенденції впливають на формування сучасних концепцій ресторанів?
2. У чому полягає різниця між технологічними та маркетинговими інноваціями у HoReCa?
3. Які методи дослідження застосовуються для аналізу інноваційних форматів ресторанів?
4. Які міжнародні мережі можна вважати лідерами інноваційного менеджменту в гастроіндустрії?
5. Як поєднати наукову методологію дослідження інновацій із практичним ресторанним менеджментом?

ТЕМА 3. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У СТВОРЕННІ КОНЦЕПТУАЛЬНОГО МЕНЮ. ІНЖИНІРИНГ МЕНЮ

План лекції

1. Концептуальне меню як інструмент стратегічного управління рестораном.
2. Підходи до наукового дослідження структури та сприйняття меню.
3. Методи інжинірингу меню: економічний, психологічний, поведінковий.
4. Інноваційні технології створення меню в українських і міжнародних мережах.
5. Моделювання ефективності меню за даними аналітики продажів.
6. Інтеграція результатів досліджень у стратегію розвитку ресторану.

1. Концептуальне меню як інструмент стратегічного управління рестораном

Меню є комунікативним ядром ресторанного бізнесу — воно формує імідж бренду, визначає позиціонування та впливає на фінансові результати.

Концептуальне меню — це не просто перелік страв, а стратегічно спроєктований інструмент управління споживчим попитом, який поєднує гастрономічну філософію закладу з економічною доцільністю.

Воно базується на:

- **дизайні кулінарного досвіду (food design thinking);**
- **аналізі ринку та очікувань споживачів;**
- **інноваційних кулінарних технологіях;**
- **економічному моделюванні асортименту.**

Меню має забезпечувати баланс між інноваційністю, рентабельністю та індивідуальністю бренду.

2. Підходи до наукового дослідження структури та сприйняття меню

Меню можна розглядати як **об'єкт наукового аналізу**, який досліджується міждисциплінарно — у межах економіки, психології, маркетингу та дизайну.

Методологічні підходи:

1. **Системний підхід** — вивчення меню як інтегрованої системи взаємозалежних елементів (страви, категорії, ціни, візуалізація).
2. **Когнітивний підхід** — дослідження впливу структури меню на поведінку споживача (eye-tracking, heat map, choice architecture).
3. **Маркетинговий підхід** — оцінка попиту, еластичності цін, поведінкових патернів вибору.
4. **Соціально-культурний підхід** — урахування гастрономічної ідентичності регіону та локальних смакових традицій.
5. **Економічний підхід** — визначення ефективності страв за прибутковістю, собівартістю, обсягом продажу.

3. Методи інжинірингу меню: економічний, психологічний, поведінковий
Інжиніринг меню (menu engineering) — це методика наукового управління асортиментом, що ґрунтується на поєднанні аналітичних, маркетингових і дизайнерських інструментів.

Основні методи:

Метод	Сутність	Приклад застосування
ABC/XYZ-аналіз	визначення прибутковості та стабільності попиту на страви	виділення 20% страв, які формують 80% доходу
Матриця Меню Сміта	класифікація страв за прибутковістю та популярністю (Star, Plowhorse, Puzzle, Dog)	виключення «слабких» позицій
Поведінковий дизайн меню	розміщення страв у «зонах уваги», використання колористики, назв, описів	дослідження eye-tracking у мережі <i>Pret a Manger</i>
Економічне моделювання	аналіз маржинальності, food cost, prime cost	порівняння рентабельності категорій

Метод	Сутність	Приклад застосування
Machine learning аналітика	прогнозування попиту на основі даних касових систем	приклад: <i>Starbucks AI Menu Recommender</i>

4. Інноваційні технології створення меню в українських і міжнародних мережах

Міжнародні приклади:

- *Eataly (Італія)* — меню базується на концепції «food transparency»: зазначення постачальників, історії продукту, QR-коди для простежуваності.
- *McDonald's Experience of the Future* — динамічне цифрове меню, яке адаптується під погодні умови, час доби та попередні замовлення клієнта.
- *Nobu Restaurants* — «гастрономічна крос-культура»: поєднання японської традиції з перуанськими інгредієнтами, що підтримує імідж глобального інноваційного бренду.

Українські практики:

- *BAO Modern Chinese Cuisine (Київ)* — інноваційне меню з інтеграцією AR-технологій для візуалізації подачі.
- *Urban Space 100 (Івано-Франківськ)* — соціально орієнтований формат, де меню формують за принципами сталого розвитку.
- *Італійська фабрика (Одеса)* — використання алгоритмів прогнозування закупівель для зменшення food waste.

5. Моделювання ефективності меню за даними аналітики продажів

У межах наукових досліджень ресторанного менеджменту важливо оперувати кількісними показниками.

Моделювання ефективності меню здійснюється за допомогою:

- **Коефіцієнта прибутковості страви (Menu Contribution Margin):**

$$MCM = \frac{\text{Ціна} - \text{Собівартість}}{\text{Ціна}}$$
- **Індексу популярності:**

$$PI = \frac{\text{Кількість продажів страви}}{\text{Загальна кількість продажів}} \times 100$$
- **Індексу інноваційності меню:**
враховує частку нових позицій, відгуки клієнтів, рівень впровадження smart-технологій у процес створення меню.

Застосування **data-driven підходу (аналітика на основі даних)** дозволяє оцінити не лише фінансову ефективність, а й поведінкову реакцію споживачів — тривалість прийняття рішення, повторні замовлення, задоволеність.

6. Інтеграція результатів досліджень у стратегію розвитку ресторану

Результати інжинірингу меню слугують основою для:

- прийняття управлінських рішень щодо оновлення меню;
- формування цінової політики та стратегічного позиціонування;
- планування закупівель і логістики;
- побудови брендової ідентичності через гастрономічні символи;

- підготовки **наукових звітів і кейс-досліджень** у межах магістерських проєктів.

Питання для самоперевірки:

1. У чому полягає сутність концептуального меню та його управлінська роль?
2. Які наукові методи доцільно застосовувати при дослідженні ефективності меню?
3. Як впливає поведінковий дизайн меню на споживчі рішення?
4. Які особливості інжинірингу меню у міжнародних мережах ресторанного бізнесу?
5. Як результати досліджень можна інтегрувати у стратегію розвитку ресторану?

ТЕМА 4. ІННОВАЦІЙНІ КУЛІНАРНІ ТЕХНОЛОГІЇ: МОЛЕКУЛЯРНА ГАСТРОНОМІЯ, ТЕХНОЛОГІЇ ЗДОРОВОГО ХАРЧУВАННЯ, СТВОРЕННЯ ІНДИВІДУАЛЬНИХ СТРАВ

План лекції

1. Інноваційні кулінарні технології як драйвер розвитку ресторанного бізнесу.
2. Молекулярна гастрономія як наукова дисципліна.
3. Технології здорового харчування в сучасних ресторанах.
4. Персоналізація страв і концепція індивідуального харчування.
5. Методологічні підходи до дослідження кулінарних інновацій.
6. Міжнародний досвід упровадження інноваційних кулінарних технологій.

1. Інноваційні кулінарні технології як драйвер розвитку ресторанного бізнесу

Інновації в кулінарії — це результат наукового підходу до створення їжі, що поєднує знання з біохімії, термодинаміки, ергономіки, нейромаркетингу та менеджменту вражень.

Інноваційні технології сьогодні визначають конкурентоспроможність закладу ресторанного господарства, формуючи:

- нову якість продукту (збереження поживності, кольору, аромату, текстури);
- оптимізацію виробничих процесів (скорочення енергоспоживання, мінімізація відходів);
- високу культуру споживання (естетика подачі, сенсорний досвід, емоційний вплив).

Інновації є не лише технічним, але й **управлінським феноменом**, адже впроваджуються через стратегічне рішення керівництва та інтегруються в бізнес-модель підприємства.

2. Молекулярна гастрономія як наукова дисципліна

Молекулярна гастрономія — це галузь, що вивчає **фізико-хімічні процеси, які відбуваються під час приготування їжі**. Її засновниками вважають Ерве Тіса та Ніколя Курті (Université de Paris та Oxford University).

Основна ідея:

Їжа — це результат хімічних і фізичних реакцій, які можна моделювати для отримання нових смакових і сенсорних властивостей.

Ключові технологічні напрями:

- **Sous-vide (приготування під вакуумом):**
дає змогу зберегти текстуру, колір і поживну цінність продукту.
- **Сферифікація:**
створення гелевих капсул із рідким наповненням (ефект «ікра»).
- **Емульгування та піноутворення:**
використання лецитину, альгінатів для створення кулінарних пін.
- **Дегідrataція:**
концентрація смаку через видалення вологи без термічного руйнування структури.
- **Рідкий азот:**
використовується для миттєвого заморожування і формування нових текстур.

Молекулярна гастрономія — це не «ефект шоу», а науково обґрунтований метод отримання нової якості страви.

3. Технології здорового харчування в сучасних ресторанах

Технології здорового харчування — це інноваційні підходи до створення функціональних, збалансованих, безпечних і персоналізованих страв.

Основні напрями:

1. **Low-fat / Low-sugar технології** — зменшення калорійності без втрати смаку.
2. **Functional food technologies** — страви з додатковими біологічно активними речовинами (омега-3, пробіотики, антиоксиданти).
3. **Plant-based cooking** — альтернативи м'ясу й молока на основі рослинних білків.
4. **Fermentation revival** — повернення ферментації як способу створення пробіотичних продуктів.
5. **Smart-cooking systems** — автоматизовані системи контролю температури, вологості, енергоефективності.

Наукова база:

заснована на принципах нутріціології, фізіології харчування, а також ISO та НАССР-стандартах.

4. Персоналізація страв і концепція індивідуального харчування

Сучасний ресторан переходить від моделі “one fits all” до концепції “personal dining experience”.

Методологічні орієнтири персоналізації:

- **Data-driven cooking** — аналіз даних про харчові вподобання, алергії, метаболічні показники.
- **DNA-based nutrition** — створення меню відповідно до генетичного профілю клієнта.
- **AI-помічники** — алгоритми, які підбирають страви за станом здоров'я, віком і фізичною активністю.

Приклад:

у мережі *VitaMojo (Лондон)* клієнти отримують меню, адаптоване до їх харчових цілей (калорійність, мікронутрієнти, алергени).

В Україні концепція індивідуального харчування активно впроваджується у форматах *healthy-café* та корпоративного кейтерингу.

5. Методологічні підходи до дослідження кулінарних інновацій

Інноваційна кулінарія досліджується на перетині **технологічних, економічних і соціальних наук**. Методологічна база включає:

Метод	Суть	Використання
Експериментальний	перевірка ефекту нової технології на якість продукту	визначення оптимальної температури <i>sous-vide</i>
Органолептичний аналіз	оцінка сенсорних характеристик страв	дегустаційні панелі
Хімічний і біохімічний аналіз	визначення втрат вітамінів, білків, жирів	обґрунтування корисності технології
Соціологічні методи	анкетування клієнтів щодо сприйняття нових страв	оцінка рівня прийняття інновацій
Економічний аналіз	визначення окупності нових технологій	розрахунок ROI інноваційної кухні

6. Міжнародний досвід упровадження інноваційних кулінарних технологій

Країна / ресторан	Інновація	Особливості реалізації
<i>El Bulli (Іспанія)</i>	Молекулярна гастрономія	понад 1800 експериментальних рецептів, наукові лабораторії при ресторані
<i>Noma (Данія)</i>	Біоекономіка харчування	використання ферментацій, дикорослих рослин, <i>zero-waste</i>
<i>The Fat Duck (Велика Британія)</i>	Мультиmodalьне сприйняття їжі	поєднання аромату, звуку, кольору, форми у єдиний сенсорний досвід
<i>RAW (Тайвань)</i>	Інноваційна азійська гастрономія	баланс локальних інгредієнтів і сучасних технологій
<i>100 років тому вперед (Київ)</i>	Українська гастрономічна лабораторія	відновлення історичних рецептів через сучасні технології

Висновки

Інноваційні кулінарні технології формують **нову парадигму ресторанного бізнесу**, в якій кухня стає лабораторією, а кухар — дослідником.

Поєднання науки, креативності й технологій створює основу для **сталого, науково обґрунтованого розвитку гастрономічної культури**.

Питання для самоперевірки

1. У чому полягає наукова сутність молекулярної гастрономії?
2. Які основні напрями технологій здорового харчування застосовують у сучасних ресторанах?
3. Які методи дослідження ефективності інноваційних кулінарних технологій використовуються в науці?
4. Як реалізується концепція індивідуального харчування на практиці?
5. Які особливості міжнародного досвіду інноваційної кулінарії можна імплементувати в Україні?

ТЕМА 5. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ СЕРВІСУ У РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ. КЕЙТЕРИНГ

План лекції

1. Сутність і значення інновацій у сфері ресторанного сервісу.
2. Кейтеринг як сучасна форма ресторанного бізнесу.
3. Інноваційні технології організації сервісу.
4. Економіка сервісу: управління витратами, маржинальністю та ефективністю.
5. Методологічні підходи до дослідження сервісних інновацій.
6. Міжнародні та національні моделі розвитку кейтерингу.
7. Тенденції цифрової трансформації сервісу.

1. Сутність і значення інновацій у сфері ресторанного сервісу

Ресторанний сервіс є ключовим фактором **конкурентної переваги підприємства**, адже саме він формує **емоційну цінність продукту та рівень задоволеності клієнта**.

Інновації у сервісі — це не лише технічні зміни, а **системні управлінські рішення**, які підвищують **ефективність, швидкість, персоналізацію та прибутковість**.

Основні напрями сервісних інновацій:

- цифровізація процесів обслуговування (self-ordering, QR-menu, smart-payment);
- автоматизація бронювання, доставки та персональних пропозицій;
- використання big data для аналітики клієнтських звичок;
- створення емоційного сервісу (experience management, storytelling, sensory marketing).

Інноваційний сервіс — це **синтез технології, дизайну процесів і психології гостинності**.

2. Кейтеринг як сучасна форма ресторанного бізнесу

Кейтеринг (від англ. *cater* — забезпечувати їжею) — форма ресторанного бізнесу, що передбачає **організацію харчування поза межами закладу**.

Класифікація кейтерингу:

- **On-premise** — обслуговування на базі ресторану;
- **Off-premise** — обслуговування в зовнішніх локаціях (корпоративи, конференції, весілля);
- **Industrial catering** — забезпечення харчуванням підприємств, ВНЗ, лікарень;
- **Event-catering** — комплексна організація подій «під ключ»;
- **Airline / Railway catering** — спеціалізоване транспортування харчів.

У сучасних умовах **кейтеринг стає економічно вигідною моделлю**: витрати на оренду та персонал нижчі, а прибутковість може сягати **20–30% валового доходу** за рахунок високої маржі на послугу.

3. Інноваційні технології організації сервісу

Інновації в обслуговуванні сьогодні концентруються навколо **smart-рішень**:

- **Digital waiter systems**: інтерактивні планшети, термінали самообслуговування (Poster POS, Restik, Square).
- **Kitchen Display System (KDS)**: синхронізація замовлень із кухнею без участі офіціанта.
- **Event-management software**: автоматизація планування банкетів і заходів.
- **Mobile catering units**: пересувні кухні з автономним енергозабезпеченням.
- **Augmented service**: елементи AR/VR у презентації страв чи локацій.

Приклад: У мережі *Pret A Manger* (Велика Британія) система прогнозує попит на продукти в реальному часі, знижуючи харчові відходи на 25%.

4. Економіка сервісу: управління витратами, маржинальністю та ефективністю

Інновації у сфері обслуговування мають **економічний ефект**, який підлягає кількісній оцінці.

Основні економічні показники сервісу:

Показник	Формула / зміст	Значення
Собівартість послуги	$\Sigma(\text{матеріальні} + \text{трудові} + \text{енергетичні витрати})$	оцінка витратної частини
Валовий дохід	Виручка – Собівартість	показник операційного прибутку
Маржинальність	$(\text{Валовий дохід} / \text{Виручка}) \times 100\%$	рівень прибутковості сервісу
Рентабельність	$\text{Прибуток} / \text{Інвестиції} \times 100\%$	ефективність впровадження інновацій
Окупність інновації (ROI)	$(\text{Додатковий прибуток} / \text{Інвестиції}) \times 100\%$	економічна доцільність

Для кейтерингових компаній особливо важливо **оптимізувати логістику**, оскільки до **40% витрат** можуть становити транспорт, доставка, пакування та оренда устаткування.



Інновації у сервісі повинні бути не лише естетично привабливими, а й економічно виправданими.

5. Методологічні підходи до дослідження сервісних інновацій

Дослідження сервісу базується на **системному підході** з використанням міждисциплінарних методів.

Метод	Сутність	Приклад застосування
Бенчмаркінг	порівняння процесів сервісу з кращими практиками	аналіз моделей обслуговування у McDonald's vs. локальні бренди
Mystery guest / observation	спостереження за поведінкою персоналу	дослідження рівня емоційного сервісу
SWOT-аналіз інновацій	виявлення сильних/слабких сторін сервісної моделі	оцінка впровадження системи self-order
Економічне моделювання	розрахунок ефекту інновацій	ROI впровадження CRM-системи
Соціологічне опитування	аналіз сприйняття клієнтів	рівень задоволеності після діджиталізації

Науковий підхід передбачає формування **гіпотези ефективності сервісної інновації**, її **кількісне вимірювання** та **експертну валідацію**.

6. Міжнародні та національні моделі розвитку кейтерингу

Модель	Країна	Особливості реалізації
Sodexo (Франція)	корпоративне харчування	стійкі поставки, екологічна відповідальність
Compass Group (Велика Британія)	глобальний оператор кейтерингу	AI-аналітика попиту, автоматизовані склади
ARAMARK (США)	навчальні заклади, армія, лікарні	digital-логістика, оптимізація енерговитрат
Premier Catering (Україна)	подієвий кейтеринг	повний цикл організації заходів
Obzhora Catering (Одеса)	кейтеринг	локальні продукти, контроль НАССР, автоматизована видача

Висновки досліджень показують:

- ◆ кейтеринг із цифровими технологіями знижує витрати на 15–25%;
- ◆ системи ERP-планування збільшують точність поставок до 98%;
- ◆ поєднання IoT + CRM підвищує лояльність клієнтів на 20–30%.

7. Тенденції цифрової трансформації сервісу

- **AI-помічники** (чат-боти, рекомендаційні системи замовлень);
- **Predictive analytics** — прогнозування попиту в реальному часі;
- **Voice ordering & smart terminals**;
- **Blockchain logistics** — контроль ланцюга постачання;
- **Zero-touch service** — повна автоматизація контактів з клієнтом.

Впровадження таких технологій забезпечує **підвищення ефективності обслуговування на 30–40%**

та зменшення кількості скарг на 20–25%.

Висновки

Інноваційні технології сервісу перетворюють ресторанний бізнес на високотехнологічну систему управління враженнями клієнта. Кейтеринг стає одним із найгнучкіших форматів бізнесу, здатних адаптуватися до динаміки ринку. Економічна ефективність сервісних інновацій є ключовим критерієм їх сталого розвитку.

Питання для самоперевірки

1. У чому полягає сутність інновацій у сфері ресторанного сервісу?
2. Які переваги має кейтеринг як форма ресторанного бізнесу?
3. Назвіть приклади smart-технологій сервісу, що підвищують ефективність роботи ресторану.
4. Які методи використовуються для дослідження інноваційних сервісних процесів?
5. Як інновації у сфері обслуговування впливають на економіку підприємства ресторанного господарства?

ТЕМА 6. ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ РЕСТОРАНАМИ: CRM-СИСТЕМИ, АВТОМАТИЗОВАНІ СИСТЕМИ ДЛЯ УПРАВЛІННЯ ЗАПАСАМИ, ЗАМОВЛЕННЯМИ ТА ОБСЛУГОВУВАННЯМ ГОСТЕЙ

План лекції

1. Цифрова трансформація управління ресторанним бізнесом.
2. Поняття та роль CRM-систем у сучасному менеджменті.
3. Автоматизовані системи обліку запасів і замовлень.
4. Економічна ефективність автоматизації бізнес-процесів.
5. Методологічні підходи до дослідження інноваційних управлінських систем.
6. Міжнародний і національний досвід застосування цифрових технологій.
7. Перспективи розвитку інтелектуального менеджменту в ресторанному бізнесі.

1. Цифрова трансформація управління ресторанним бізнесом

Сучасний ресторан — це **динамічна система**, у якій поєднуються технології виробництва, обслуговування та аналітики.

Цифровізація управління — ключ до **ефективності, прозорості та економічної стійкості**.

Основні напрями цифрової трансформації:

- автоматизація бізнес-процесів (облік, логістика, фінанси, персонал);
- використання **ERP**-платформ для інтеграції всіх функцій підприємства;
- аналітика великих даних (Big Data) для прогнозування попиту;
- впровадження **CRM, POS, KDS, HRM** систем;
- управління взаємовідносинами з клієнтами на основі даних.



За даними *Hospitality Tech Report (2024)*, 83% ресторанів світу підвищили операційну ефективність після інтеграції CRM/ERP систем.

2. CRM-системи в ресторанному менеджменті

Сутність CRM

CRM (*Customer Relationship Management*) — це стратегія та технологія, що дозволяє накопичувати, аналізувати та використовувати інформацію про клієнтів для підвищення лояльності та прибутковості бізнесу.

Ключові функції CRM у ресторані:

- ведення бази клієнтів, історії замовлень і вподобань;
- автоматичне формування індивідуальних пропозицій;
- управління програмами лояльності та бонусами;
- аналітика поведінки клієнтів (frequency, recency, monetary value);
- прогнозування попиту та оптимізація персоналу.

Приклади популярних CRM-рішень:

Poster CRM, iiko, Restik, R-Keeper, CRM Loyalzoo, Oracle Hospitality.

 **Науковий аспект:** CRM-система — це модель кібернетичного управління, де клієнт є джерелом зворотного зв'язку, що формує адаптивну стратегію підприємства.

3. Автоматизовані системи управління запасами та замовленнями

Інноваційна економіка ресторану базується на принципі оптимізації ресурсів: зменшення витрат без втрати якості.

Системи автоматизації виконують три стратегічні функції:

1. **Облік запасів і контролю закупівель** — моніторинг складів, контроль залишків, автоматичне формування заявок.
2. **Управління виробничими процесами** — облік інгредієнтів, формування калькуляційних карт, контроль собівартості.
3. **Синхронізація із замовленнями клієнтів (POS–KDS зв'язка)** — скорочення часу виконання замовлень на 30–40%.

Методи дослідження:

- **ABC-аналіз** (визначення ключових позицій запасів);
- **XYZ-аналіз** (стабільність попиту на продукти);
- **LEAN-модель** скорочення втрат;
- **Benchmarking** — порівняння ефективності логістичних процесів з лідерами галузі.

 У ресторанах із впровадженням автоматизованої системи обліку відходи знижуються на 12–18%, а оборотність запасів зростає до 5–7 разів на місяць.

4. Економічна ефективність автоматизації

Автоматизація не лише оптимізує операції, а й підвищує **фінансову віддачу**.

Показник	До автоматизації	Після автоматизації
Час обслуговування замовлення	12–15 хв	6–8 хв
Витрати на персонал	100%	70–75%
Відходи / втрати	8–10%	2–3%
Маржинальність страв	28%	35–40%
ROI системи	—	150–200% за 1,5 року

Економічні методи оцінки:

- **ROI (Return on Investment)** – визначає окупність інновації;
- **NPV (Net Present Value)** – розрахунок чистої приведеної вартості;

- **IRR (Internal Rate of Return)** – внутрішня норма прибутковості.

 Дослідження українських мереж показало: ресторани, що інтегрували CRM + POS, збільшили середній чек на 12–15%, а частоту повторних візитів – на 25%.

5. Методологічні підходи до дослідження інноваційних управлінських систем

У межах курсу особливу увагу приділяють методології аналізу інноваційного менеджменту, яка ґрунтується на поєднанні емпіричних, аналітичних і моделюючих методів:

Метод	Зміст	Приклад застосування
Системний аналіз	Вивчення взаємодії управлінських підсистем	Аналіз впливу CRM на HR та логістику
Кейс-метод	Дослідження практичних прикладів	Впровадження Poster CRM у закладах GastroFamily
Експертне оцінювання	Залучення фахівців до оцінки інновації	Валідація ERP-рішень у мережі Reikartz
Економічне моделювання	Побудова прогностичних сценаріїв	Оцінка прибутковості автоматизації
Порівняльний аналіз (benchmarking)	Аналіз світових і локальних рішень	McDonald's, Domino's, ProResto

6. Міжнародний і національний досвід застосування цифрових технологій

Міжнародний досвід:

- *Domino's Pizza* (США) – AI-прогнозування замовлень, автоматичний розподіл кухонних завдань.
- *Starbucks* – CRM на базі Data Cloud від Oracle, що забезпечує персоналізовані рекомендації.
- *Hilton Hotels* – єдина ERP-система для 7000 готелів, управління витратами в реальному часі.

Національний досвід:

- *Reikartz Hotel Group* – централізоване управління мережами ресторанів через ERP.
- *!Fest Local (Львів)* – внутрішня CRM для управління лояльністю й аналітикою клієнтів.
- *FoodEx / Egersund* – автоматизація закупівель і складів за LEAN-моделлю.

7. Перспективи розвитку інтелектуального менеджменту

AI-driven Management — штучний інтелект у прийнятті управлінських рішень;
Predictive Analytics — прогнозування продажів, відвідуваності, відходів;
Digital Twin Restaurant — створення віртуальної моделі підприємства;

Voice & Chat Management — автоматичне управління замовленнями;
Есо-менеджмент — автоматизоване відстеження енергоспоживання та відходів.

Ефективність управління зростає на **30–50%**,
а потреба в адміністративному персоналі — зменшується на 20–25%.

Висновки

Інноваційні методи управління ресторанами формують **нову парадигму операційної ефективності**. CRM і автоматизовані системи стають **центром даних**, що забезпечують зв'язок між клієнтом, персоналом і фінансами. Успішне впровадження таких технологій підвищує **маржинальність, швидкість і якість сервісу**, створюючи передумови для **стійкого розвитку ресторанного бізнесу**.

Питання для самоперевірки

1. У чому полягає роль CRM-систем у сучасному управлінні ресторанами?
2. Які функції виконують автоматизовані системи обліку запасів і замовлень?
3. Які методи використовуються для дослідження ефективності управлінських інновацій?
4. Які показники доцільно застосовувати для оцінки економічного ефекту автоматизації?
5. У чому полягає різниця між національними та міжнародними моделями цифрового менеджменту ресторанів?

ТЕМА 7. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВПРОВАДЖЕННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

План лекції

1. Роль і сутність штучного інтелекту (AI) у сфері гостинності.
2. Основні напрями впровадження AI у ресторанному бізнесі.
3. Моделі управління даними та персоналізація обслуговування.
4. Економічна ефективність впровадження технологій AI.
5. Методологічні підходи до дослідження AI у ресторанному менеджменті.
6. Міжнародний і національний досвід застосування AI у HoReCa.
7. Етичні, соціальні та управлінські аспекти цифровізації сервісу.

1. Сутність і значення AI у ресторанному менеджменті

Штучний інтелект — це **система алгоритмів**, що імітують людське мислення, приймають рішення на основі даних і навчаються на досвіді.

У сфері гостинності AI виступає **каталізатором управлінських інновацій**, забезпечуючи:

- прогнозування попиту та оптимізацію ресурсів;
- автоматизацію сервісу та замовлень;
- персоналізований маркетинг і програмну аналітику клієнтів;

- скорочення витрат і підвищення маржинальності бізнесу.

AI не замінює людину — він підсилює її управлінські рішення.

2. Основні напрями впровадження AI у ресторанному бізнесі

Аналітика попиту та прогнозування продажів.

Системи прогнозують кількість гостей, пік завантаження, оптимальні закупівлі сировини.

Наприклад, *Domino's Pizza AI* обробляє 100 млн замовлень щомісяця і прогнозує попит із точністю до 95%.

AI у меню-інжинірингу.

Аналіз даних про споживчі вподобання дозволяє оновлювати меню, знижувати food cost і пропонувати індивідуальні комбінації страв.

Інтелектуальні системи обслуговування.

ChatGPT-подібні системи інтегрують у POS-термінали або чат-боти (бронювання, рекомендації, upsell).

AI у HR-менеджменті.

Алгоритми оцінюють ефективність персоналу, прогнозують плинність кадрів і оптимізують графіки роботи.

AI у фінансовому менеджменті.

Прогнозування витрат, управління cash-flow, аналітика прибутковості за напрямками діяльності.

3. Управління даними та персоналізація сервісу

Основою штучного інтелекту є **data-driven management** — управління на основі даних.

AI об'єднує CRM, ERP, POS, HRM-системи в єдиний аналітичний контур.

Рівні персоналізації:

1. **Мікроперсоналізація:** автоматичне розпізнавання клієнтів і їхніх вподобань (смак, час візиту, улюблені страви).
2. **Макроперсоналізація:** моделювання портрету типового клієнта сегменту (наприклад, студенти, бізнес-ланч, сімейні гості).
3. **AI-driven маркетинг:** автоматична розсилка персональних пропозицій через месенджери, QR-програми, Telegram-боти.

 За дослідженням *Statista (2024)*, ресторани з елементами AI-маркетингу збільшили середній чек на 18% і кількість повторних візитів — на 27%.

4. Економічна ефективність впровадження AI

Впровадження AI має вимірюваний фінансовий ефект:

Показник	До впровадження AI	Після впровадження AI
Собівартість страв	100%	85–88%
Витрати на персонал	100%	70%

Показник	До впровадження AI	Після впровадження AI
Втрати від списань	10%	3–4%
Середній чек	+0%	+15–20%
Рентабельність	15–20%	25–30%

Методи економічної оцінки:

- **ROI (окупність інвестицій)** — співвідношення прибутку до вкладень;
- **CBA (cost-benefit analysis)** — аналіз вигід і витрат;
- **NPV (чиста приведена вартість)** — для довгострокових проєктів автоматизації.

🔍 Наукові дослідження в Україні (2023–2024 рр.) показали, що ресторани, які використовують AI у логістиці та меню, окуповують інвестиції за 1–1,5 роки.

5. Методологічні підходи до дослідження AI у ресторанному менеджменті

Інноваційні дослідження проводяться за такими методологічними принципами:

Підхід	Суть	Приклад
Системний підхід	AI як частина інтегрованої системи управління	Аналіз взаємодії AI з CRM і ERP
Порівняльний аналіз	Вивчення національних і міжнародних рішень	McDonald's vs. GastroFamily
Індуктивний метод	Узагальнення даних емпіричних досліджень	Збір даних з POS-систем
Моделювання	Побудова прогнозних моделей ефективності	Створення AI-моделі попиту
SWOT-аналіз	Оцінка сильних і слабких сторін впровадження	Аналіз впровадження AI у мережі Reikartz

6. Міжнародний і національний досвід

Міжнародні моделі:

- *McDonald's AI Dynamic Menu* — зміна асортименту в реальному часі залежно від погоди, часу доби, наявності продуктів.
- *Starbucks DeepBrew* — нейромережа, що створює персональні рекомендації на основі 400 млн транзакцій.
- *Hilton AI Concierge* — цифровий помічник для бронювання і скарг гостей.

Українські приклади:

- *Reikartz Digital System* — автоматичне управління закупівлями й аналіз заповнюваності.

- *Salateira* — використання AI для прогнозування черг і управління розподілом персоналу.
- *FreshLine Café* — CRM із модулем машинного навчання для підбору знижок і акцій.

7. Етичні та управлінські аспекти використання AI

Під час упровадження AI необхідно враховувати:

- етичність обробки персональних даних клієнтів;
- прозорість алгоритмів і відсутність дискримінаційних факторів;
- психологічний вплив автоматизації на персонал;
- баланс між технологічністю та людяністю сервісу.

AI має не замінити людину, а зробити **людське обслуговування інтелектуальнішим**.

Висновки

Штучний інтелект стає **інтелектуальним ядром ресторанного менеджменту**, поєднуючи науку, економіку та технології. Його впровадження — це не лише технічне оновлення, а **зміна управлінської парадигми**, де рішення приймаються на основі даних, прогнозів і поведінкових моделей клієнтів. У майбутньому ресторани зможуть працювати в режимі **self-learning ecosystem**, де система самостійно оптимізує меню, персонал, витрати й маркетинг у реальному часі.

Питання для самоперевірки

1. Які основні напрями впровадження штучного інтелекту в ресторанному бізнесі?
2. Як AI впливає на економічну ефективність ресторану?
3. Які методи дослідження доцільно застосовувати для аналізу впровадження AI?
4. У чому полягають ключові відмінності міжнародних і національних моделей використання AI?
5. Які етичні виклики супроводжують автоматизацію ресторанного сервісу?

ТЕМА 8. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ СТВОРЕННЯ ПРОГРАМ СТИМУЛЮВАННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧІВ

План лекції

1. Сутність і значення програм лояльності в ресторанному бізнесі.
2. Типи та інноваційні формати програм лояльності.
3. Інформаційно-технологічне забезпечення управління лояльністю.
4. Економічна ефективність впровадження програм лояльності.

5. Методологічні підходи до наукового дослідження поведінки споживачів.
6. Міжнародний і національний досвід застосування цифрових програм лояльності.
7. Перспективи розвитку та ризики гейміфікованих моделей лояльності.

1. Сутність програм лояльності

Програми лояльності — це система довгострокових взаємовідносин між підприємством і клієнтом, яка базується на **взаємній вигоді та емоційній прихильності**. У сучасному ресторанному бізнесі лояльність — це **інтелектуальний капітал**, що формує стабільність доходів та конкурентну перевагу.

 За даними *Harvard Business Review* (2024), збільшення утримання клієнтів на 5% підвищує прибуток ресторану на 25–95%.

2. Типи та інноваційні формати програм лояльності

Тип програми	Характеристика	Приклади
Бонусна система	Нарахування балів за покупки, можливість їх обміну на товари/знижки	McDonald's Rewards, Silpo Fishka
Кешбек-програми	Повернення відсотка від вартості замовлення	Glovo Prime, Bolt Food
Гейміфіковані системи	Ігрові механізми для залучення клієнтів	KFC Gaming Loyalty, Starbucks Odyssey
Програми на основі AI	Персоналізація знижок через машинне навчання	Domino's Smart Loyalty
Партнерські програми	Об'єднання кількох бізнесів у спільну екосистему	"Uklon Eats + Rozetka Bonus"
NFT та blockchain loyalty	Використання токенів для винагород	Burger King Crypto Loyalty (США)

Інноваційні програми будуються не лише на знижках, а на **емоційній цінності бренду, цифровому досвіді та інтерактивній взаємодії**.

3. Технологічне забезпечення управління лояльністю

Сучасні CRM і CDP (Customer Data Platform) системи забезпечують аналітику клієнтів у реальному часі.

Використовуються інструменти:

- **Big Data** — збір і аналіз даних про поведінку споживачів;
- **Machine Learning** — формування персональних пропозицій;
- **Chatbots & Mobile apps** — інтерактивна комунікація;
- **QR-системи та NFC-технології** — безконтактна ідентифікація клієнтів.

 **Приклад:** мережа "Starbucks" отримує понад 50% усіх транзакцій через власний додаток, що інтегрує оплату, знижки, рекомендації та бонуси.

4. Економічна ефективність програм лояльності

Ефективність визначається через **аналіз витрат і вигод (CBA)** та **моделювання життєвої цінності клієнта (CLV — Customer Lifetime Value)**.

Основні економічні показники:

- **ROI програми лояльності** = (Додатковий прибуток – Витрати на програму) / Витрати × 100%;
- **CLV** = Середній чек × Частота покупок × Тривалість відносин з клієнтом;
- **Retention rate** — коефіцієнт утримання клієнтів (%).

Показник	До впровадження	Після 6 міс програми
Середній чек	200 грн	235 грн
Частота покупок	2,3/міс	3,5/міс
Рівень повернення гостей	45%	68%
ROI програми	—	145%

 За дослідженнями *Deloitte Hospitality Insights (2023)*, програми лояльності окуповуються у середньому за 8–12 місяців, а їхній вплив на прибутковість перевищує ефект від традиційної реклами у 1,8 раза.

5. Методологічні підходи до наукового дослідження

У науковому дослідженні лояльності використовуються міждисциплінарні методи:

Метод	Суть	Приклад застосування
Маркетингове опитування	Визначення очікувань і задоволеності клієнтів	Анкетування гостей після відвідування ресторану
Метод когортного аналізу	Аналіз поведінки груп клієнтів у часі	Порівняння активності до/після програми
Економетричне моделювання	Виявлення зв'язку між витратами на лояльність і доходом	Побудова моделі CLV
Case-study метод	Аналіз практик міжнародних брендів	Starbucks, Vapiano, GastroFamily
Benchmarking	Порівняння ефективності програм різних мереж	McDonald's Rewards vs. Silpo Fishka

6. Міжнародний і національний досвід

Міжнародні мережі:

- **Starbucks Rewards** — понад 31 млн активних користувачів; щомісяця 50% виручки — від учасників програми.
- **McDonald's Global Loyalty** — єдина платформа для 50 країн світу, що поєднує бонуси, ігри та гейміфікацію.
- **Domino's Pizza** — “Piece of the Pie Rewards”: накопичення балів за онлайн-замовлення, інтеграція з AI.

Український досвід:

- **GastroFamily** (Львів, Київ): універсальна карта лояльності + бот.
- **Reikartz Hotel Group**: клубна система “Reikartz Club” з персональними знижками та гнучкою категоризацією гостей.
- **Salateira**: гейміфікований мобільний додаток із щоденними завданнями для отримання бонусів.

7. Перспективи розвитку і виклики

Нові тенденції:

- гейміфікація та персоналізовані челенджі;
- екологічні програми (“eco points” за повторне використання упаковки);
- інтеграція AI у рекомендації меню;
- використання блокчейну для безпеки транзакцій.

Ризики:

- надмірна комерціалізація і втрата довіри клієнтів;
- порушення конфіденційності даних;
- технологічна залежність від CRM-платформ.

Висновки

Інноваційні програми лояльності — це **стратегічний інструмент управління відносинами з клієнтами**, що поєднує маркетинг, економіку та цифрові технології. Їх ефективність визначається не лише кількістю учасників, а **ступенем емоційної залученості і системністю аналітики даних**.

Розвиток лояльності у ресторанному бізнесі — це **перехід від знижок до персонального досвіду**, що базується на даних, алгоритмах і довірі.

Питання для самоперевірки

1. Яке економічне значення мають програми лояльності для ресторанів?
2. У чому полягає відмінність між традиційними та гейміфікованими моделями лояльності?
3. Як вимірюється ефективність програм лояльності?
4. Які методи наукового дослідження доцільно застосовувати для вивчення поведінки споживачів?
5. Які тенденції та ризики визначають подальший розвиток цифрової лояльності в HoReCa?

ТЕМА 9. ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ТА РОЗПОВСЮДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

План лекції

1. Поняття інновації та інноваційного процесу у сфері ресторанного бізнесу.
2. Моделі впровадження інновацій у ресторанных підприємствах.
3. Етапи та механізми розповсюдження інновацій у галузі HoReCa.
4. Економічна ефективність інновацій: показники, методи оцінки, інвестиційна привабливість.
5. Методологічні підходи до наукового дослідження інноваційних процесів.
6. Міжнародні та національні практики інноваційного розвитку ресторанных мереж.
7. Ризики, бар'єри та стратегії забезпечення інноваційної стійкості підприємств.

1. Поняття інновації та інноваційного процесу в ресторанному бізнесі

Інновації в ресторанному бізнесі — це **цілеспрямоване впровадження нових або вдосконалених технологій, сервісів, управлінських підходів чи форматів обслуговування**, що забезпечують економічний, соціальний і репутаційний ефект.

Основні напрями інновацій:

- **продуктові** (нові технології приготування, здорове меню, ф'южн-кухня);
- **процесні** (автоматизація, CRM, AI, логістичні рішення);
- **маркетингові** (брендинг, SMM, програми лояльності, storytelling);
- **управлінські** (моделі франчайзингу, гнучкі структури менеджменту);
- **екологічні** (zero waste, green restaurant, енергоефективність).



Інноваційність у ресторанному бізнесі сьогодні — це не розкіш, а умова виживання на ринку з високою конкуренцією та динамічними очікуваннями клієнтів.

2. Моделі впровадження інновацій у ресторанных підприємствах

2.1. Лінійна модель (класична)

Послідовність: **ідея → розробка → тестування → впровадження → комерціалізація.**

Використовується у великих мережах із централізованим управлінням (McDonald's, Variano).

2.2. Інтерактивна модель (зворотний зв'язок)

Інновації формуються на основі аналізу споживчого досвіду та зворотного зв'язку. Приклад: *GastroFamily* (Україна) — концепції ресторанів створюються після тестових подій і опитувань гостей.

2.3. Відкрита модель (Open Innovation)

Впровадження ідей від зовнішніх партнерів, постачальників, стартапів.
Приклад: *Starbucks Innovation Lab, Reikartz Digital Hub*.

2.4. Мережево-корпоративна модель

Поширена у міжнародних франшизах — нововведення апробуються в “пілотних” точках і після перевірки масштабуються.

Приклад: *McDonald's Ukraine* тестує електронні кіоски до загальносвітового запуску.

3. Етапи впровадження та розповсюдження інновацій

1. Аналіз середовища (PEST, SWOT).
2. Визначення проблеми та формування гіпотези (наукова методологія).
3. Розробка інноваційної концепції (дизайн-мислення, value proposition).
4. Пілотне впровадження та експериментальне дослідження результатів.
5. Оцінка ефективності та адаптація.
6. Масштабування та стандартизація.

Науковий підхід передбачає не лише практичне впровадження, а й **емпіричне дослідження результатів** — вимірювання економічного ефекту, впливу на клієнтський досвід, рентабельність, стабільність попиту.

4. Економічна ефективність впровадження інновацій

Економічна доцільність — центральний критерій успішності інновацій.

Основні показники оцінки:

- **ROI (Return on Investment)** — рівень окупності інвестицій;
- **NPV (Net Present Value)** — чиста приведена вартість;
- **IRR (Internal Rate of Return)** — внутрішня норма прибутковості;
- **Payback period** — строк окупності;
- **Profitability Index (PI)** — індекс прибутковості.

Приклад:

Впровадження автоматизованої системи замовлень (self-order kiosks):

- інвестиції – 480 000 грн;
- економія на персоналі – 14%;
- збільшення середнього чеку – 11%;
- ROI за перший рік – 132%.



За даними *Hospitality Net (2024)*, інновації, пов’язані з цифровими рішеннями, окуповуються на 40% швидше, ніж класичні реконструкції інтер’єрів.

5. Методологічні підходи до наукового дослідження інновацій

Підхід	Зміст	Приклад застосування
Системний підхід	Розгляд інновації як елемента комплексної системи управління рестораном	Вплив digital-маркетингу на операційну ефективність
Моделювання	Побудова прогнозних моделей впровадження	Модель економічної ефективності zero-waste технологій
SWOT-аналіз	Виявлення сильних і слабких сторін упровадження	Аналіз екоформату ресторану
Benchmarking	Порівняння з найкращими практиками	McDonald's, Vapiano, Reikartz
Експертне оцінювання	Опитування фахівців ринку	Формування рекомендацій з автоматизації
Експериментальний метод	Перевірка інновацій на обмеженій вибірці	Пілотна програма AI-меню

Наукове дослідження інновацій у ресторанному бізнесі передбачає формування **гіпотези** (очікуваного ефекту) та **верифікацію результатів** через аналіз показників прибутковості, рентабельності, задоволеності клієнтів.

6. Міжнародні та національні практики впровадження інновацій

Міжнародні приклади:

- *Domino's Pizza*: концепція “AnyWare Ordering” — замовлення через смартфон, смарт-годинник, автомобіль, Twitter.
- *KFC Smart Kitchen*: повна автоматизація кухні, скорочення витрат на 25%.
- *Hilton CleanStay Program*: інноваційна система санітарної безпеки після пандемії COVID-19.

Українські приклади:

- *Reikartz Hotel Group*: цифровізація управління готельно-ресторанними комплексами, впровадження екосистеми Poster + CRM.
- *GastroFamily* (Дубай, Київ, Львів): експериментальні концепції (“Bilyi Nalyv”, “Bao”, “Rebernia”) із власними моделями клієнтської аналітики.
- *Salateira*: автоматизовані процеси складання меню та підрахунку калорій.

7. Бар'єри та стратегії подолання труднощів

Основні бар'єри:

- висока вартість упровадження;
- низький рівень цифрової компетентності персоналу;
- опір змінам;
- відсутність методичної підтримки та аналітики;
- неузгодженість нормативно-правової бази.

Стратегії подолання:

- поетапне впровадження інновацій (MVP-підхід);
- навчання та мотивація персоналу;
- державно-приватне партнерство (гранти, стартапи);
- інтеграція університетських лабораторій та бізнесу (науково-дослідницький менеджмент).

Висновки

Інновації у ресторанному бізнесі — це **керований процес змін**, який потребує системного підходу, аналітичного мислення і фінансової обґрунтованості. Впровадження інновацій має ґрунтуватися не лише на ідеї, а й на **науково обґрунтованій методології** — аналізі ринку, моделюванні сценаріїв, оцінці ризиків та фінансових результатів. Національні підприємства, що інтегрують міжнародні підходи (benchmarking, CRM, AI, sustainability), досягають **вищого рівня адаптивності, стабільності й економічної стійкості**.

Питання для самоперевірки

1. Які основні моделі впровадження інновацій застосовуються у ресторанному бізнесі?
2. Як визначити економічну ефективність інноваційного проєкту?
3. Які методологічні підходи найдоцільніші для наукового дослідження інновацій?
4. У чому полягають особливості поширення інновацій у міжнародних мережах?
5. Які бар'єри можуть завадити інноваційному розвитку підприємства, і як їх подолати?

ТЕМА 10. ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЕКОЛОГІЧНОГО РЕСТОРАНУ

План лекції

1. Поняття «екологічний ресторан» та його місце в індустрії гостинності.
2. Концепція сталого розвитку як основа створення екоформатів у ресторанному бізнесі.
3. Міжнародні стандарти та сертифікація екологічних ресторанів (ISO, LEED, Green Key).
4. Економіка екологічного ресторану: структура витрат, енергоефективність, окупність.
5. Методологічні підходи до дослідження екоінновацій у ресторанному бізнесі.
6. Моделі управління екологічною відповідальністю в національних та міжнародних мережах.
7. Соціально-етичні аспекти та формування корпоративної культури сталого бізнесу.

1. Поняття та сутність екологічного ресторану

Екологічний ресторан — це підприємство ресторанного господарства, діяльність якого базується на принципах **раціонального використання ресурсів, мінімізації відходів**

та **формуванні культури відповідального споживання**.

Основні характеристики:

- використання локальних та органічних продуктів;
- мінімізація енергоспоживання та водовитрат;
- сортування, утилізація, повторне використання матеріалів;
- цифровізація замовлень і документообігу (paperless);
- залучення споживачів до екоініціатив (наприклад, знижки за повторну тару).

🌱 За даними *European Green Hospitality Report (2024)*, 72% споживачів віддають перевагу ресторанам, що декларують сталу політику, навіть за вищої ціни.

2. Концепція сталого розвитку (Sustainable Development) у HoReCa

Екоформат ресторану базується на **триєдиній моделі сталого розвитку (Triple Bottom Line)**:

Компонент	Суть	Ключовий показник
People (соціальний)	добробут працівників, безпечні умови праці	рівень задоволеності персоналу
Planet (екологічний)	мінімізація шкідливого впливу	коефіцієнт енерго- та водозбереження
Profit (економічний)	стабільний прибуток на основі екоінновацій	ROI проєкту, окупність інвестицій

Таким чином, екологічна стратегія — це не лише етична, а й **економічно вигідна модель управління**.

3. Міжнародні стандарти екологічної сертифікації

Стандарт	Суть	Приклад
ISO 14001 (Environmental Management Systems)	система екологічного менеджменту, що контролює використання ресурсів	Reikartz Hotel Group (Україна)
LEED (Leadership in Energy and Environmental Design)	будівельна сертифікація енергоефективності	“Noma” (Данія)
Green Key Global	оцінка сталих практик у закладах гостинності	Hilton, Accor
Slow Food Movement	етична ініціатива «чистої їжі» та локальних фермерів	Osteria Francescana (Італія)

Міжнародна практика свідчить, що **сертифікація екоформатів** підвищує конкурентоспроможність бренду та відкриває доступ до грантів і партнерських програм (EU Green Deal, Horizon Europe).

4. Економіка екологічного ресторану

4.1. Основні напрями економії ресурсів

- Енергозбереження: LED-світло, індукційні плити, рекуператори тепла (економія до 25%).
- Водозбереження: сенсорні крани, системи рециркуляції (до 30%).
- Управління відходами: сортування, повторне використання, компостування (зменшення витрат на утилізацію до 40%).
- Зменшення food waste через AI-аналітику залишків.

4.2. Економічні показники ефективності

Показник	До впровадження	Після впровадження
Витрати на енергію	18% від собівартості	12%
Витрати на воду	6%	3,8%
Food waste	14% від загального обсягу продуктів	5%
ROI екопроекту	—	156% за 1,5 року

 За оцінками *UNWTO Green Tourism Index (2024)*, екоінновації дозволяють зменшити загальні експлуатаційні витрати ресторану на 10–20% при зростанні лояльності клієнтів на 25%.

5. Методологічні підходи до наукового дослідження екоінновацій

Метод	Суть	Приклад застосування
Системний аналіз	виявлення взаємозв'язків між екологічними, економічними й соціальними елементами	аналіз впливу енергозбереження на прибутковість
Порівняльний аналіз (Benchmarking)	оцінка досвіду екоресторанів світу	Noma (Данія), Silo (Лондон), Urban Space (Київ)
Експертне оцінювання	залучення фахівців із green-технологій	визначення потенціалу впровадження
Кейсовий метод	моделювання інноваційного екоресторану	“Zero Waste Café”
Економічне моделювання	розрахунок економії ресурсів і окупності інвестицій	прогноз ROI через LEED-рішення
Life Cycle Assessment (LCA)	оцінка впливу ресторану на довкілля протягом усього життєвого циклу	аналіз ланцюга «продукт – кухня – споживач»

6. Моделі управління екологічною відповідальністю

1. **Модель ESG (Environmental, Social, Governance):** інтеграція екологічних, соціальних та управлінських показників у бізнес-процеси. Використовується мережами **Hilton, Accor, Reikartz**.
2. **Green HRM (зелений менеджмент персоналу):** навчання, мотивація та стимулювання співробітників до дотримання екостандартів.
3. **Екологічний контролінг:** створення системи показників (KPI) для моніторингу використання ресурсів, відходів, викидів.

4. **Інноваційні партнерства:** співпраця з постачальниками органічної продукції, енергетичними компаніями, локальними громадами.

7. Соціально-етичні аспекти

- розвиток корпоративної культури сталого мислення серед персоналу;
- участь у соціальних програмах (підтримка фермерів, екоосвіта споживачів);
- інклюзивність і прозорість діяльності (екологічні звіти, public reporting).

Формування екологічної репутації бренду створює **нематеріальний актив** — довіру, що прямо впливає на капіталізацію підприємства.

Висновки

Екологічний ресторан — це **поєднання інноваційної економіки, соціальної відповідальності та екологічного менеджменту**. Його створення потребує **науково обґрунтованої стратегії**, що базується на оцінці життєвого циклу, ROI, системності процесів і навчанні персоналу. Міжнародна практика доводить: екоресторани не лише знижують витрати, а й формують **нову конкурентну нішу** — сталу гастрономію, що поєднує прибутковість із відповідальністю перед суспільством і природою.

Питання для самоперевірки

1. Які критерії визначають екологічний ресторан у сучасному бізнес-середовищі?
2. У чому полягає триєдина модель сталого розвитку (People–Planet–Profit)?
3. Які міжнародні стандарти та сертифікації використовуються для екоресторанів?
4. Які методи економічного аналізу ефективності екоінновацій можна застосовувати?
5. Як ESG-підхід впливає на управління рестораном і формування корпоративної культури?

ТЕМА 11. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНИХ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ У ЗАКЛАДІ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

План лекції

1. Сутність і роль додаткових послуг у формуванні конкурентних переваг ресторану.
2. Сучасні формати інноваційних додаткових послуг: від гастроєксперієнсу до цифрових рішень.
3. Економіка кросс-сервісів і стратегія монетизації клієнтського досвіду.
4. Моделі цифрової взаємодії зі споживачем (OmniChannel, Smart Loyalty, AR/VR Experience).
5. Методологічні підходи до дослідження ефективності додаткових послуг.
6. Міжнародні практики інновацій у сфері guest experience management.
7. Формування інноваційної екосистеми послуг у ресторанному бізнесі.

1. Роль додаткових послуг у сучасному ресторанному бізнесі

У сучасній індустрії гостинності **додаткові послуги** — це не просто доповнення, а **інструмент стратегічного розвитку** підприємства. Вони формують *ціннісну пропозицію бренду*, підвищують рівень задоволення клієнтів, лояльність та середній чек.

До додаткових послуг належать:

- майстер-класи, гастрономічні шоу, кулінарні школи;
- дегустації, фуд-пейринг, гастротури;
- доставка, кейтеринг, бокс-сервіси;
- цифрові сервіси (онлайн-замовлення, AR-меню, інтерактивна аналітика);
- розваги, події формати (live-music, VR-вечері, тематичні зустрічі).

У міжнародних мережах (Marriott, Accor, Hyatt) **45–60% прибутку** від роботи ресторанних підрозділів формується саме за рахунок *додаткових сервісів*.

2. Інноваційні формати додаткових послуг

Категорія	Приклади	Інноваційна складова
Експірієнс-послуги (Experience-based)	інтерактивні вечери, дегустаційні сет-меню, гастрономічні перфоманси	формування емоційного зв'язку зі споживачем
Освітні сервіси	кулінарні курси, майстер-класи з шефом, лекції з гастрокультури	персоналізація досвіду, гейміфікація навчання
Технологічні сервіси	smart-menu, голосові замовлення, чат-боти, роботизація	підвищення швидкості обслуговування, зниження витрат
Кросс-сервіси з партнерами	співпраця з готелями, спа, кав'ярнями, локальними брендами	розширення клієнтської бази, спільна монетизація
Еко- та соціальні послуги	sustainable events, благодійні вечери, zero-waste послуги	підвищення іміджу та довіри бренду

3. Економіка кросс-сервісів та монетизація клієнтського досвіду

Кросс-сервіси — це система взаємопов'язаних пропозицій, які дозволяють підвищити середній чек та довічну цінність клієнта (*Customer Lifetime Value — CLV*).

Фінансові ефекти інноваційних сервісів:

- Збільшення *ARPU* (Average Revenue per User) на 20–35%.
- Підвищення *retention rate* (повернення клієнтів) на 40%.
- Зменшення маркетингових витрат за рахунок утримання постійних гостей.
- Формування *економіки вражень (Experience Economy)*, де емоція = цінність.

За даними Deloitte (2024), ресторани, які активно застосовують кросс-продаж і сервіси, мають **ROI +22% вище**, ніж традиційні формати.

4. Моделі цифрової взаємодії зі споживачем

1. **OmniChannel Experience** — єдина цифрова екосистема замовлень, бронювань, відгуків і програм лояльності.
2. **Smart Loyalty Programs** — динамічні знижки та бонуси на основі big data (як у Starbucks Rewards).
3. **AR/VR Experience** — інтерактивні тури по кухні, візуалізація меню, віртуальні дегустації.
4. **AI-персоналізація** — штучний інтелект прогнозує вподобання клієнта та пропонує релевантні позиції.
5. **Blockchain & NFT Loyalty** — інноваційна монетизація через цифрові токени й унікальні пропозиції (використовується мережами WAGYUMAFIA, Flyfish Club).

5. Методологічні підходи до дослідження ефективності додаткових послуг

У наукових дослідженнях доцільно застосовувати змішані методи аналізу (mixed methods research):

Метод	Завдання	Приклад застосування
SWOT-аналіз	визначення сильних і слабких сторін сервісу	оцінка потенціалу нової послуги
Метод анкетування та інтерв'ю	вимірювання рівня задоволення та лояльності клієнтів	Customer Satisfaction Index
Коефіцієнт економічної ефективності (ROI)	аналіз прибутковості додаткових послуг	розрахунок окупності фуд-шоу
Benchmarking	порівняння з міжнародними мережами	досвід Marriott Bonvoy, Hilton Honors
Design Thinking	пошук клієнтоорієнтованих інновацій	створення унікального гастро-досвіду
Net Promoter Score (NPS)	оцінка ймовірності рекомендацій клієнта	визначення рівня лояльності постійних гостей

6. Міжнародні практики інновацій *guest experience management*

- **Marriott International** — впровадження “*Experiential Dining Spaces*” (кухня в залі, VR-шоу).
- **Starbucks Reserve Roastery** — концепція “*slow coffee experience*”, інтерактивна освіта клієнтів.
- **Nobu Hospitality** — філософія “Luxury through simplicity”: персональний гастро-менторинг гостей.
- **Hilton Live Dining** — синергія фуд-шоу, музики та AR-візуалізації у форматі dinner performance.
- **Reikartz Hotels (Україна)** — впровадження мультисервісної системи “One guest — many experiences”: кафе, доставка, кейтеринг, кавова академія.

7. Формування інноваційної екосистеми послуг

Інноваційна екосистема ресторану — це **мережа взаємопов'язаних сервісів, партнерств і технологій**, що створюють нову бізнес-модель — **Restaurant-as-a-Service (RaaS)**.

Основні компоненти:

1. **Digital Hub** — онлайн-система бронювання, CRM, SMM-платформи.
2. **Human Experience** — навчання персоналу емпатійному сервісу, емоційний інтелект.
3. **Financial Model** — перехід від продажу продукту до продажу досвіду (value-based pricing).
4. **Sustainability & Inclusion** — екоініціативи, соціальні проекти, колаборації з локальними виробниками.

У рамках ESG-трансформації, сучасні ресторани переходять до моделі **“економіки взаємодії”**, де цінність створюється не лише кухнею, а й усією системою комунікації з гостем.

Висновки

Інноваційні додаткові послуги — це **інструмент стратегічного управління цінністю ресторану**, що поєднує економіку, креативність та цифровізацію. В умовах динамічного ринку HoReCa саме **комплексність сервісної екосистеми** (доставка, кейтеринг, VR-події, освітні формати) визначає конкурентоспроможність підприємства. Розвиток таких сервісів повинен ґрунтуватися на:

- наукових дослідженнях поведінки споживачів;
- методах економічного аналізу ефективності;
- вивченні практик провідних національних і міжнародних мереж.

Питання для самоперевірки

1. У чому полягає стратегічна роль додаткових послуг у ресторанному бізнесі?
2. Які приклади кросс-сервісів забезпечують зростання середнього чеку?
3. Які цифрові технології сприяють монетизації клієнтського досвіду?
4. Які методи використовуються для оцінки економічної ефективності інноваційних послуг?
5. Як міжнародні мережі інтегрують додаткові сервіси в систему управління лояльністю?

ТЕМА 12. ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ЕНЕРГОЗБЕРІГАЮЧИХ ТЕХНОЛОГІЙ У РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ

План лекції

1. Сутність енергозбереження та його роль у стійкому розвитку ресторанного бізнесу.

2. Система енергоменеджменту на підприємствах HoReCa.
3. Класифікація інноваційних енергозберігаючих технологій.
4. Інвестиційна ефективність упровадження енергозберігаючих рішень.
5. Міжнародний досвід “Green Energy in Hospitality”.
6. Методологічні підходи до аналізу економічного ефекту енергозберігаючих інновацій.

Мета лекції

Сформувати у здобувачів розуміння концепції енергозбереження в ресторанному господарстві, навчити визначати ефективність інноваційних технологій із позиції енергоменеджменту, сталого розвитку та економічної доцільності.

Короткі теоретичні положення

1. Енергозбереження як чинник стійкого розвитку ресторанного бізнесу

Сучасний ресторан — це енергомістке підприємство, де витрати на енергоресурси становлять у середньому 10–20% загальних операційних витрат. Впровадження енергозберігаючих технологій дозволяє:

- знизити собівартість продукції;
- підвищити конкурентоспроможність;
- зміцнити репутацію соціально відповідального бренду;
- відповідати стандартам ESG (Environmental, Social, Governance).

2. Система енергоменеджменту в HoReCa

Енергоменеджмент — це комплексна система управління енергоспоживанням, що включає:

- енергетичний аудит підприємства;
- моніторинг споживання енергії в реальному часі;
- формування енергетичної політики;
- оцінку ефективності інвестицій в енергоефективне обладнання.

В Україні стандарти енергоменеджменту регламентуються ДСТУ ISO 50001:2018, гармонізованим із міжнародним стандартом ISO 50001:2018.

3. Інноваційні енергозберігаючі технології

Приклади впровадження:

- **Індукційні плити** — знижують витрати електроенергії на 30–40%.
- **Системи рекуперації тепла** — дозволяють повторно використовувати тепло вентиляційного повітря.
- **LED-освітлення з датчиками руху** — зменшує споживання електроенергії до 70%.

- **Smart-клімат та IoT-системи** — автоматично регулюють температуру й вентиляцію.
- **Сонячні панелі та теплові насоси** — створюють незалежні енергетичні рішення.

4. Інвестиційна ефективність енергоінновацій

Економічний ефект від енергозберігаючих рішень оцінюється за такими показниками:

- **ROI (Return on Investment)** – рентабельність інвестицій;
- **NPV (Net Present Value)** – чиста приведена вартість;
- **Payback Period** – період окупності.

Формула для оцінки енергозбереження:

$$E_{\text{ефект}} = (E_{\text{до}} - E_{\text{після}}) \times T_{\text{ен}} = (E_{\text{до}} - E_{\text{після}}) \times T_{\text{ен}}$$

де $E_{\text{до}}$ — енергоспоживання до впровадження інновації,
 $E_{\text{після}}$ — після,
 $T_{\text{ен}}$ — тариф на енергоносії.

5. Міжнародний досвід “Green Energy in Hospitality”

Кейси:

- **Hilton Worldwide** — програма “Travel with Purpose”: скорочення енергоспоживання на 36% завдяки автоматизації HVAC-систем.
- **Marriott International** — впровадження систем “Smart Thermostat” та фільтрації повітря із замкнутим циклом.
- **Scandic Hotels (Швеція)** — 100% енергії з відновлюваних джерел.
- **Accor Hotels** — програма “Planet 21”: інвестиції в сонячні панелі, біоочистку води, green kitchen.

6. Методологія аналізу енергозберігаючих інновацій

Наукові дослідження в цій сфері передбачають:

- використання **методів енергетичного аудиту**;
- **моделювання енерговитрат** на основі статистичних даних;
- **економетричний аналіз** кореляції між інвестиціями та операційною ефективністю;
- **порівняльний аналіз** міжнародних моделей енергоменеджменту (benchmarking).

Практичні кейси для обговорення

1. Порівняння ефективності LED-освітлення та традиційних ламп у закладах харчування.
2. Розрахунок окупності сонячної електростанції потужністю 10 кВт для ресторану на 100 місць.
3. Аналіз систем енергоменеджменту Hilton, Accor та локальної мережі ресторанів “Ресторани Савви Лібкіна” (Одеса).

Питання для самоперевірки

1. Які основні принципи енергоменеджменту у сфері HoReCa?
2. У чому полягає різниця між технологічними та організаційними енергоінноваціями?
3. Які методи оцінки інвестиційної ефективності енергозберігаючих рішень використовуються найчастіше?
4. Які міжнародні стандарти визначають управління енергоспоживанням у підприємствах HoReCa?
5. Як впровадження “зелених” технологій впливає на репутаційний капітал ресторанного бренду?

ТЕМА 13. ФОРМУВАННЯ СТРУКТУРНО-ЯКІСНОЇ СИСТЕМИ ІННОВАЦІЙНИХ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

План лекції

1. Сутність та принципи інноваційних управлінських рішень у ресторанному бізнесі.
2. Методологічні основи формування управлінських систем.
3. Структурно-якісна модель інноваційного менеджменту.
4. Методи дослідження та оцінки ефективності управлінських рішень.
5. Вплив цифрових технологій на якість управління рестораном.
6. Порівняльний аналіз управлінських моделей міжнародних мереж ресторанів.

1. Сутність інноваційного управлінського рішення

Інноваційне управлінське рішення — це результат аналітичного, креативного та науково обґрунтованого процесу, який передбачає впровадження нових форм організації праці, технологій управління, сервісу та цифрових інструментів. У ресторанному бізнесі інноваційні рішення охоплюють:

- автоматизацію бізнес-процесів (ERP, CRM, BI-системи);
- диджиталізацію управління персоналом і логістикою;
- клієнтоорієнтовані моделі прийняття рішень;
- екоінновації та сталий менеджмент.

2. Методологічні основи

Методологія дослідження управлінських інновацій включає:

- **системний підхід** — розгляд підприємства як цілісної системи;
- **ситуаційний підхід** — прийняття рішень відповідно до конкретного контексту;
- **процесний підхід** — послідовність управлінських функцій;
- **економіко-аналітичний метод** — аналіз ефективності управлінських дій;
- **моделювання управлінських процесів** — побудова структурних та функціональних схем.

Наукові дослідження в цій сфері спираються на:

- методи порівняльного аналізу (benchmarking);
- експертні оцінки (Delphi method);
- економетричні моделі прийняття рішень;
- метод SWOT-аналізу інноваційного потенціалу.

3. Структурно-якісна модель інноваційного менеджменту

Модель включає три рівні:

1. **Стратегічний рівень** — формування бачення розвитку, концепції бренду, визначення KPI.
2. **Тактичний рівень** — оптимізація виробничих, логістичних та маркетингових процесів.
3. **Операційний рівень** — контроль якості обслуговування, ефективності персоналу та витрат.

Ключові компоненти якісної системи управління:

- **інформаційна прозорість** (цифрові дашборди, BI-аналітика);
- **гнучкість організаційної структури**;
- **орієнтація на результат і клієнта**;
- **економічна ефективність** управлінських рішень.

4. Методи дослідження ефективності управлінських рішень

Для наукового аналізу результативності управлінських рішень застосовують:

- **економічний аналіз ефективності управління (EVA, ROI, IRR)**;
- **аналітичні матриці (McKinsey, BCG)** для оцінки стратегічного позиціонування;
- **метод моделювання сценаріїв (Scenario Planning)**;
- **метод багатокритеріальної оцінки (MCDM)** для вибору найоптимальнішого рішення.

5. Цифрові технології в системі управління рестораном

Інноваційні рішення формують нову архітектуру управління:

- **Poster POS, R-Keeper, iiko** — системи комплексного контролю операцій;
- **Power BI, Tableau** — інструменти для управлінської аналітики;
- **AI-помічники та Chatbots** — автоматизація процесів бронювання, зворотного зв'язку, логістики;
- **HRM-системи (PeopleForce, BambooHR)** — цифрове управління персоналом.

6. Моделі управління міжнародних мереж

McDonald's — централізована система управління стандартами якості (QSC&V).

Starbucks — децентралізована модель із фокусом на клієнтоцентричності й культурі сервісу.

Domino's Pizza — модель "Digital-first restaurant": аналітика попиту, штучний інтелект у прогнозуванні продажів.

Nobu Hospitality — управлінські інновації через концепт “experience-based leadership” — формування бренду через клієнтський досвід.

Методологічна база теми

- ДСТУ ISO 9001:2015 (Системи менеджменту якості).
- Концепція управління знаннями (Knowledge Management).
- Моделі управління змінами: Kotter, ADKAR, Lewin.
- Наукові підходи до оцінки управлінських інновацій (індекс інноваційності управління, показники операційної ефективності).

Питання для самоперевірки

1. У чому полягає сутність інноваційного управлінського рішення?
2. Які методологічні підходи застосовуються для дослідження управлінських процесів?
3. Як побудована структурно-якісна модель інноваційного менеджменту?
4. Які показники характеризують ефективність управлінських рішень у ресторані?
5. Які міжнародні практики можна адаптувати в українському ресторанному бізнесі?

ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 1. МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Мета заняття:

Сформувати у здобувачів магістерського рівня теоретико-методологічні знання та практичні навички з дослідження інноваційних процесів у ресторанному бізнесі; навчити застосовувати сучасні методи наукового пізнання для аналізу інноваційного потенціалу підприємства, обґрунтування напрямів його розвитку та підготовки власного інноваційного дослідження.

Завдання заняття:

- визначити сутність, принципи та логіку інноваційної діяльності у сфері HoReCa;
- ознайомитись із методологічними рівнями дослідження інновацій: філософським, загальнонауковим, спеціально-науковим та методичним;
- засвоїти основні методи дослідження інновацій у ресторанному бізнесі;
- сформувати структуру власного інноваційного дослідження на прикладі реальної проблеми підприємства ресторанного господарства.

Методологічна база заняття:

- **Системний підхід** — розгляд інноваційної діяльності як цілісної системи взаємопов'язаних процесів (технологічних, організаційних, управлінських, економічних).
- **Функціональний підхід** — аналіз функцій інновацій у забезпеченні конкурентоспроможності ресторану.
- **Ситуаційний підхід** — вибір методів дослідження залежно від специфіки підприємства та ринкових умов.
- **SWOT-аналіз** — інструмент стратегічного дослідження внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства.
- **Benchmarking** — метод порівняльного аналізу найкращих галузевих практик для формування інноваційних орієнтирів.
- **Метод експертних оцінок** — використання професійного судження фахівців для оцінки потенціалу інновацій.
- **Моделювання** — побудова спрощеної моделі інноваційного процесу для прогнозування його результатів.

Короткі теоретичні положення:

1. Сутність методології інноваційного дослідження.

Методологія інновацій — це система принципів, підходів і методів, що забезпечують наукове обґрунтування процесів створення, впровадження та комерціалізації нововведень у ресторанному бізнесі. Вона визначає логіку дослідження — від постановки проблеми до отримання практичних рекомендацій.

2. Логічна структура наукового інноваційного дослідження:

1. Постановка наукової проблеми та її актуальності.
2. Аналіз сучасного стану питання (огляд літератури, ринку, практик).
3. Визначення мети, завдань, об'єкта, предмета, гіпотези дослідження.
4. Обґрунтування методів дослідження.
5. Аналіз зібраних даних, інтерпретація результатів.

6. Формулювання висновків і практичних рекомендацій щодо впровадження інновацій.

3. Методи дослідження інновацій у сфері ресторанного господарства:

- **Аналітичні методи:** аналіз, синтез, індукція, дедукція, порівняння, узагальнення;
- **Емпіричні методи:** спостереження, анкетування, експертне оцінювання, вивчення звітності;
- **Кількісні методи:** статистичний, економіко-математичний, кореляційно-регресійний аналіз;
- **Якісні методи:** кейс-стаді, моделювання, контент-аналіз, систематизація інноваційних процесів.

Завдання 1. Ідентифікація наукової проблеми

1. Оберіть актуальну **проблему інноваційного розвитку ресторанного бізнесу** (наприклад, впровадження безконтактного сервісу, використання штучного інтелекту у маркетингу, digital-menu системи, zero waste концепції).

2. Сформулюйте **об'єкт, предмет, мету та завдання дослідження**, враховуючи принципи логічної послідовності наукового пізнання.

3. Обґрунтуйте **наукову новизну** потенційного дослідження.

Результат: текстовий опис дослідницької проблеми (1 сторінка).

Завдання 2. Вибір методологічного підходу

1. Проаналізуйте методологічні підходи, які можна застосувати до дослідження інновацій (системний, процесний, ситуаційний, маркетинговий, інтегрований).

2. Оберіть підхід, який найкраще відповідає вашій проблематиці, і поясніть причини вибору.

3. Побудуйте **методологічну схему дослідження**, відобразивши взаємозв'язки між етапами, методами, результатами.

Результат: структурно-логічна схема (таблиця або діаграма).

Завдання 3. Методи дослідження інноваційних процесів

1. Порівняйте методи, що застосовуються у наукових дослідженнях інноваційного розвитку:

- **емпіричні** (спостереження, опитування, анкетування, інтерв'ювання);
- **аналітичні** (SWOT, PEST, benchmarking, контент-аналіз);
- **кількісні** (статистичний аналіз, економетричне моделювання, трендові прогнози).

2. Визначте, які методи доцільно використати у вашому дослідженні, і поясніть, яку інформацію вони дозволяють отримати.

3. Складіть **таблицю методів дослідження** із зазначенням їхніх цілей, очікуваних результатів і типів даних.

Результат: таблиця «Методи дослідження інновацій у ресторанному бізнесі».

Завдання 4. Структура наукового дослідження

1. Побудуйте орієнтовну **структуру дослідження** (вступ, три розділи, висновки) відповідно до обраної проблеми.
2. Для кожного розділу визначте:
 - ключову ідею;
 - методи, що застосовуються;
 - тип очікуваних результатів (аналітичний, порівняльний, прикладний).
3. Оформіть у вигляді **структурно-змістової моделі** (таблиця або схема).

Результат: структурна карта майбутнього дослідження.

Завдання 5. Міні-дослідження (case-study)

1. Оберіть **інноваційне ресторанне підприємство** (в Україні або за кордоном).
2. Проведіть міні-дослідження за допомогою методу **benchmarking** або **аналізу трендів**:
 - визначте, які інновації впроваджені;
 - проаналізуйте їхній вплив на економічну ефективність та клієнтський досвід;
 - сформулюйте узагальнені висновки.

Результат: короткий аналітичний звіт (2–3 сторінки) з посиланням на джерела інформації.

Форма звіту: письмове завдання з аналітичними таблицями, схемами, міні-звітом.

Очікувані результати навчання:

- здатність визначати об'єкт, предмет, мету та завдання наукового дослідження;
- вміння добирати адекватні методи дослідження інноваційних процесів;
- сформованість навичок методологічного аналізу та критичного мислення;
- готовність застосовувати науковий підхід до управління інноваціями в ресторанному бізнесі.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 2. ІННОВАЦІЙНІ КОНЦЕПЦІЇ ТА ФОРМАТИ СУЧАСНИХ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ТА ЇХ РОЗВИТОК

Мета заняття:

Сформувати у здобувачів здатність аналізувати, систематизувати та порівнювати інноваційні концепції сучасних закладів ресторанного господарства, досліджувати світові тенденції та розробляти власні інноваційні моделі розвитку з

використанням сучасних методів і методології наукових досліджень у сфері HoReCa.

Завдання заняття:

1. Ознайомити здобувачів із сучасними форматами ресторанного бізнесу в Україні та за кордоном.
2. Навчити використовувати методи наукового дослідження (SWOT, PEST, benchmarking, контент-аналіз, метод сценаріїв) для аналізу інноваційних форматів.
3. Розвинути навички аналітичного мислення та вміння формулювати висновки на основі системного підходу.
4. Сприяти формуванню практичних умінь щодо розроблення власної інноваційної концепції ресторанного підприємства.
5. Поглибити розуміння взаємозв'язку між науковими підходами, економічними моделями та управлінськими рішеннями у ресторанному бізнесі.

Методологічна база заняття:

- **Методологічні підходи:** системний, структурно-функціональний, маркетингово-аналітичний, сценарний, порівняльний.
- **Методи дослідження:** контент-аналіз, SWOT-аналіз, benchmarking, кейс-метод, моделювання, анкетування, сценарний аналіз.
- **Джерельна база:** міжнародні звіти (*Euromonitor, Deloitte, McKinsey*), наукові публікації з інновацій у HoReCa, статистичні огляди ринку.

Короткі теоретичні положення:

Інноваційні концепції в ресторанному бізнесі — це стратегічні напрями розвитку, що поєднують нові технології, формат обслуговування, концепцію простору та унікальну ціннісну пропозицію для клієнта. Серед ключових тенденцій розвитку сучасних форматів — **dark kitchen, hybrid hospitality, immersive dining, zero waste café, wellness та farm-to-table концепції**.

В основі розвитку інноваційних форматів лежить **науково-дослідницький підхід**, що передбачає аналіз попиту, прогнозування тенденцій, оцінку ризиків і створення моделі сталого функціонування. Для цього застосовуються методи **SWOT-аналізу (визначення сильних і слабких сторін концепції), PEST-аналізу (оцінка зовнішнього середовища), benchmarking (порівняння з лідерами ринку)**, а також методи соціологічних досліджень (опитування, фокус-групи).

Практичні завдання:

1. **Аналітичне дослідження міжнародних форматів ресторанного бізнесу.** Провести контент-аналіз 3 сучасних форматів (*ghost kitchen, immersive dining, hybrid hospitality*) за критеріями: інноваційність, економічна ефективність, потенціал масштабування. Результати подати у вигляді порівняльної таблиці.

2. **Benchmarking-дослідження українських і міжнародних корпорацій.**
Обрати одну національну мережу (наприклад, *Salateira, Lviv Croissants*) і одну міжнародну (*Starbucks, Noma, Pret A Manger*). Порівняти моделі управління, формат обслуговування, інноваційні підходи до маркетингу та сервісу. Зробити аналітичний висновок щодо факторів конкурентоспроможності.
3. **Моделювання власної інноваційної концепції ресторану.**
На основі отриманих даних побудувати модель власного ресторанного формату (з урахуванням цільової аудиторії, формату, інтер'єру, технологій, логістики).
Оформити у вигляді схеми або міні-презентації.
4. **Соціологічне дослідження споживчих уподобань.**
Провести коротке анкетування серед студентів або гостей університетського буфету щодо очікувань від інноваційного ресторану. Побудувати діаграму результатів і зробити висновок про можливості впровадження нових форматів у студентському середовищі.
5. **Сценарний аналіз розвитку інноваційного ресторанного бізнесу.**
Скласти три сценарії розвитку інноваційного ресторану (оптимістичний, реалістичний, ризиковий).
Визначити ключові ризики, можливості та управлінські рішення для кожного сценарію.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 3. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У СТВОРЕННІ КОНЦЕПТУАЛЬНОГО МЕНЮ. ІНЖИНІРИНГ МЕНЮ

Мета заняття:

Сформувати у здобувачів компетентності з використання сучасних інноваційних технологій при створенні концептуального меню, навчити застосовувати методи інжинірингу меню для підвищення рентабельності ресторанного бізнесу, поєднуючи творчий, аналітичний та науково-дослідницький підходи.

Завдання заняття:

1. Ознайомити студентів із сутністю інжинірингу меню як аналітичного інструменту управління прибутковістю ресторану.
2. Навчити застосовувати методи наукового аналізу (ABC, XYZ, парето-аналіз, кореляційний аналіз) у процесі формування меню.
3. Розвинути здатність інтегрувати сучасні технології (цифрове меню, QR-системи, аналітику продажів) у концепцію ресторану.
4. Розвинути навички побудови логічної структури меню та розроблення візуального макету з урахуванням ціннісної пропозиції бренду.
5. Виховати наукове мислення у сфері управління продуктом, орієнтованим на споживача.

Методологічна база заняття:

- **Методологічні підходи:** маркетинговий, системний, аналітико-економічний, когнітивний.
- **Методи дослідження:** ABC-аналіз, парето-аналіз, контент-аналіз, статистичне моделювання, анкетування, графічна візуалізація.
- **Теоретична база:** роботи Ф. Котлера, М. Моррісона, дослідження NRA (National Restaurant Association) та сучасні інструменти ресторанного аналітичного маркетингу.

Короткі теоретичні положення:

Інжиніринг меню (Menu Engineering) — це процес системного аналізу продажів та прибутковості страв для прийняття управлінських рішень щодо оптимізації асортименту.

Основними параметрами є **прибутковість, популярність, маржинальність та позиціонування страв.**

Меню повинно бути не лише технологічно збалансованим, але й концептуально узгодженим із форматом закладу, інтер'єром, сервісом та очікуваннями гостей.

Інноваційні підходи у створенні меню включають:

- **персоналізацію меню** через аналіз поведінки гостей;
- **цифровізацію** (QR-меню, інтерактивні планшети);
- **AI-аналітику продажів** для прогнозування попиту;
- використання принципів **нейромаркетингу** при структуризації меню (ефект першої/останньої позиції, “золоте перетинання”);
- орієнтацію на **функціональне та здорове харчування**, що відповідає сучасним запитам споживачів.

Практичні завдання:

1. **Аналіз структури меню реального ресторану.**
Вибрати діючий ресторан, провести ABC-аналіз меню за прибутковістю та частотою продажів.
Визначити категорії страв: “зірки”, “робочі конячки”, “питання” та “аутсайтери”.
Побудувати матрицю інжинірингу меню.
2. **Розроблення концептуального меню нового формату.**
На основі обраної ресторанної концепції створити структуру меню, що відображає його філософію (наприклад: zero waste café, street food bistro, plant-based restaurant).
Визначити основні технології приготування, що формують унікальну пропозицію.
3. **Використання цифрових технологій у створенні меню.**
Розробити інтерактивне QR-меню або структуру мобільного меню з елементами аналітики продажів (на прикладі безкоштовних платформ або Figma).

Продемонструвати логіку навігації та можливості візуальної взаємодії з клієнтом.

4. **Маркетингове дослідження сприйняття меню.**
Провести анкетування серед студентів або гостей лабораторного ресторану щодо переваг при виборі страв.
Проаналізувати результати та зробити висновок про вплив ціноутворення, опису та структури на купівельну поведінку.
5. **Формування аналітичного звіту “Menu Profitability Analysis”.**
Підготувати короткий звіт з узагальненням результатів інжинірингу меню, графічними візуалізаціями (діаграма Парето, матриця прибутковості).
Розробити рекомендації для управлінських рішень — вилучення, ребрендинг або промо окремих позицій.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 4. ІННОВАЦІЙНІ КУЛІНАРНІ ТЕХНОЛОГІЇ: МОЛЕКУЛЯРНА ГАСТРОНОМІЯ, ТЕХНОЛОГІЇ ЗДОРОВОГО ХАРЧУВАННЯ, СТВОРЕННЯ ІНДИВІДУАЛЬНИХ СТРАВ

Мета заняття:

Сформувати у здобувачів компетентності з вивчення, аналізу та практичного застосування інноваційних кулінарних технологій, що поєднують наукові підходи, технологічну точність і сучасні тенденції здорового харчування. Розвинути навички дослідницької діяльності в лабораторних умовах і створення індивідуальних гастрономічних рішень.

Завдання заняття:

1. Ознайомити здобувачів з науковими основами інноваційних кулінарних технологій (фізико-хімічні процеси, структурні зміни продуктів, вплив температури та тиску).
2. Поглибити знання щодо напрямів розвитку молекулярної гастрономії та її практичного використання в ресторанах високої кухні.
3. Розвинути розуміння принципів технологій здорового харчування — low-fat, low-sugar, gluten-free, vegan, keto, functional food.
4. Сформувати навички розроблення авторських страв із застосуванням інноваційних технологій, орієнтованих на індивідуальні потреби споживача.
5. Розвинути здатність до проведення міні-досліджень у кулінарній лабораторії.

Методологічна база заняття:

- **Методологічні підходи:** експериментальний, технологічний, системний, інноваційно-дослідницький.
- **Методи дослідження:** лабораторний експеримент, спостереження, сенсорний аналіз, аналітичне порівняння, дизайн-експеримент.
- **Джерельна база:** роботи Ерве Тіса (основоположника молекулярної гастрономії), сучасні дослідження *Food Science and Technology International*, матеріали *World Association of Chefs' Societies*.

Короткі теоретичні положення:

Молекулярна гастрономія — це міждисциплінарний напрям кулінарії, що поєднує хімію, фізику та мистецтво приготування їжі. Її завдання — дослідити процеси, які відбуваються під час кулінарної обробки, та створити нові текстури, аромати й смакові ефекти.

Основні технології:

- **Sous-vide** (приготування під вакуумом при низькій температурі);
- **Сферифікація** (створення желеподібних оболонок за допомогою альгінату натрію та кальцію);
- **Емульгування** (утворення пін, кремів та аерів за допомогою лецитину або сої);
- **Дегідrataція, геліфікація, реверсивне заморожування.**

Технології здорового харчування орієнтовані на мінімальну обробку продуктів, збереження вітамінів і біологічно активних речовин, збалансування раціону відповідно до сучасних дієтичних моделей (*Mediterranean, Flexitarian, Nordic Diet*).

Сучасні ресторани активно впроваджують **персоналізоване меню**, базоване на даних харчових уподобань і біохімічних особливостей клієнтів. Це відкриває простір для досліджень і практичних експериментів у кулінарних лабораторіях.

Практичні завдання:

1. **Аналітичний огляд інноваційних кулінарних технологій.**
Провести аналіз наукових джерел і практичних кейсів ресторанів, які застосовують молекулярні або функціональні технології (наприклад, *Noma, The Fat Duck, Geranium, 100 Rokiv, Tomu Vpered*). Представити коротку аналітичну довідку (1 сторінка) про вибрану технологію.
2. **Лабораторний експеримент “Sous-vide як технологія збереження якості продуктів”.**
Провести експеримент із приготуванням овочів або білкових продуктів методом sous-vide.
Порівняти результати за показниками: текстура, колір, втрата маси, сенсорна оцінка.
Метод: порівняльно-аналітичний, лабораторний експеримент.
3. **Розроблення концепції здорової страви для меню ресторану.**
Скласти технологічну карту авторської страви, що відповідає принципам збалансованого харчування (калорійність, вміст білків, жирів, вуглеводів). Обґрунтувати її інноваційність і комерційний потенціал.
4. **Дослідження споживчих уподобань щодо інноваційних кулінарних технологій.**
Провести коротке опитування серед студентів або гостей лабораторного ресторану щодо готовності споживати страви молекулярної або функціональної кухні.
Підготувати узагальнений звіт із графічним відображенням результатів.

5. Презентація інноваційної авторської страви.

Створити візуальну або фізичну презентацію власної страви, розробленої за однією з інноваційних технологій. Обґрунтувати її унікальність, економічну доцільність та можливість масштабування у форматі кейтерингу.

ТЕМА 5. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ СЕРВІСУ У РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ. КЕЙТЕРИНГ

Мета заняття:

Сформувати у здобувачів уміння аналізувати, розробляти та впроваджувати інноваційні технології сервісу в ресторанному бізнесі, зокрема у сфері кейтерингових послуг. Розвинути здатність поєднувати науково-дослідницькі методи з практичними навичками менеджменту сервісу.

Завдання заняття:

1. Ознайомити здобувачів із сучасними технологіями ресторанного сервісу, їх класифікацією та світовими трендами.
2. Навчити застосовувати аналітичні методи для оцінювання ефективності сервісних процесів.
3. Розкрити специфіку організації та управління кейтеринговими послугами різних форматів.
4. Сприяти формуванню вмінь розробляти інноваційні сценарії обслуговування споживачів.
5. Виховати розуміння ролі сервісу як елемента брендової цінності ресторанного підприємства.

Методологічна база заняття:

- **Методологічні підходи:** сервісно-орієнтований, системний, процесний, інноваційно-управлінський.
- **Методи дослідження:** кейс-аналіз, порівняльний аналіз, спостереження, метод картування клієнтського шляху (*Customer Journey Mapping*), SWOT-аналіз сервісної системи.
- **Інформаційна база:** міжнародні стандарти HoReCa, дослідження *Forbes Hospitality Innovation Report*, матеріали *National Restaurant Association (NRA)*, аналітика *Technomic*.

Короткі теоретичні положення:

Інноваційні технології сервісу — це сукупність управлінських, технологічних і цифрових інструментів, спрямованих на підвищення якості, швидкості та персоналізації обслуговування.

До таких технологій належать:

- **Автоматизовані системи замовлення** (QR-menu, POS-системи, мобільні додатки);

- **Роботизоване обслуговування та штучний інтелект у сервісі;**
- **Smart-технології у кейтерингу** (контроль логістики, температурних режимів, замовлень у реальному часі);
- **Сенсорні інновації** (AR/VR-ефекти, аудіо- та ароматичні рішення у fine dining);
- **Zero-touch service** як тренд постпандемічної епохи.

Кейтеринг, як форма мобільного ресторанного обслуговування, трансформується в **інноваційний сервісний продукт**, що поєднує технологічність, логістику та емоційний дизайн обслуговування.

Сучасні типи кейтерингу:

- **Event-catering** — організація подій “під ключ”;
- **Corporate catering** — обслуговування корпоративних клієнтів;
- **Delivery & Smart catering** — доставка готових страв із аналітикою замовлень;
- **Eco- та sustainable catering** — екологічні рішення та zero waste підхід.

Практичні завдання:

1. **Аналіз інноваційних технологій сервісу.**
Дослідити 3 сучасні кейси інноваційного сервісу (наприклад: *Domino's Pizza Tracker*, *Amazon Fresh Café*, *SushiBot*).
Визначити їх конкурентні переваги, технологічну складову та вплив на задоволеність клієнтів.
2. **Картування клієнтського шляху (Customer Journey Map).**
Створити карту взаємодії клієнта з рестораном або кейтеринговою компанією: від замовлення до отримання послуги.
Визначити точки болю та потенційні зони для інновацій.
3. **SWOT-аналіз сервісної системи.**
Провести SWOT-аналіз обраного ресторану або буфету університету з точки зору організації сервісу.
Підготувати рекомендації щодо впровадження інноваційних технологій для підвищення ефективності обслуговування.
4. **Розроблення інноваційного кейтерингового продукту.**
Розробити концепцію нового виду кейтерингу (наприклад: *Wellness box catering*, *AI-driven catering planner*, *Zero waste party service*).
Описати бізнес-модель, цільову аудиторію, логістичні процеси та цифрові інструменти управління.
5. **Презентація сервісної моделі майбутнього.**
Підготувати коротку візуальну презентацію “Service of the Future” із запропонованими технологічними рішеннями для HoReCa.
Вказати очікуваний ефект для бізнесу (скорочення витрат, підвищення лояльності, швидкість обслуговування).

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 6. ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ РЕСТОРАНАМИ: CRM-СИСТЕМИ, АВТОМАТИЗОВАНІ СИСТЕМИ ДЛЯ

УПРАВЛІННЯ ЗАПАСАМИ, ЗАМОВЛЕННЯМИ ТА ОБСЛУГОВУВАННЯМ КЛІЄНТІВ

Мета заняття:

Сформувати у здобувачів компетентності з використання сучасних цифрових технологій і систем автоматизації в управлінні ресторанним бізнесом. Навчити аналізувати, вибирати та впроваджувати CRM-рішення, а також оптимізувати процеси управління запасами, замовленнями та комунікацією з клієнтами на основі інноваційного менеджменту.

Завдання заняття:

1. Ознайомити студентів із сучасними CRM-системами та принципами їх інтеграції у діяльність закладів HoReCa.
2. Навчити проводити порівняльний аналіз програмного забезпечення для управління рестораном (Poster POS, R-Keeper, Restik, ProfitDay, PosterBoss).
3. Сформувати розуміння взаємозв'язку між автоматизацією бізнес-процесів та ефективністю управлінських рішень.
4. Розвинути навички побудови аналітичних моделей клієнтської поведінки на основі даних CRM.
5. Виховати аналітичний підхід до цифрової трансформації у сфері гостинності.

Методологічна база заняття:

- **Методологічні підходи:** системний, кібернетичний, інформаційно-аналітичний, процесно-орієнтований.
- **Методи дослідження:** порівняльний аналіз, діагностика ефективності, моделювання бізнес-процесів, аналіз даних, спостереження, SWOT-аналіз цифрової інфраструктури.
- **Інформаційна база:** офіційні сайти CRM-платформ, галузеві звіти HoReCa Tech (2023–2025), ISO 9001:2015 (підхід до управління якістю), аналітика *McKinsey Digital Hospitality Report*.

Короткі теоретичні положення:

Інноваційні методи управління ресторанами передбачають цифрову інтеграцію бізнес-процесів, де головну роль відіграє **CRM (Customer Relationship Management)** — система управління взаєминами з клієнтами, що об'єднує маркетинг, продажі, лояльність і аналітику.

CRM-система дозволяє:

- формувати єдину базу гостей із сегментацією за критеріями (вік, частота відвідувань, середній чек);
- прогнозувати попит і персоналізувати пропозиції;
- автоматизувати бронювання, замовлення, доставку та зворотний зв'язок;
- аналізувати ефективність акцій, програм лояльності, сезонних меню.

Автоматизовані системи управління запасами забезпечують контроль руху товарів, відстеження залишків, контроль термінів придатності, оптимізацію закупівель.

Інноваційна синергія CRM + ERP + POS-системи створює “цифровий ресторан”, у якому управлінські рішення базуються на реальних даних і моделюванні сценаріїв діяльності.

Практичні завдання:

- 1. Огляд CRM-систем для ресторанного бізнесу.**
Провести аналітичне дослідження 2–3 CRM-платформ (Poster POS, R-Keeper). Порівняти їх за критеріями: вартість, функціонал, аналітика, інтеграції, зручність для клієнта.
Результат подати у вигляді таблиці або короткої презентації.
- 2. Моделювання бізнес-процесу “цифрового ресторану”.**
Створити блок-схему взаємодії основних модулів системи управління (замовлення – кухня – склад – клієнт – аналітика). Використати онлайн-інструмент (Canva або інш.).
- 3. SWOT-аналіз цифрової системи управління рестораном.**
Провести SWOT-аналіз на прикладі вибраного підприємства (діючого або навчального).
Визначити сильні та слабкі сторони, можливості розвитку та загрози впровадження інноваційних технологій.
- 4. Розроблення аналітичного звіту CRM.**
На основі умовних даних (кількість замовлень, середній чек, частота відвідувань) побудувати просту CRM-аналітику (наприклад, у Google Sheets). Зробити висновки щодо лояльності клієнтів та потенціалу персоналізації пропозицій.
- 5. Проєкт “Smart Restaurant Management”.**
Розробити коротку пропозицію впровадження інноваційної технології управління у навчальному буфеті або ресторані факультету (наприклад: QR-оплата, система попередніх замовлень, прогнозування попиту). Оцінити очікуваний економічний ефект.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 7. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВПРОВАДЖЕННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Мета заняття:

Сформувати у здобувачів уміння досліджувати, оцінювати та застосовувати технології штучного інтелекту (AI) у ресторанному бізнесі для підвищення ефективності управління, автоматизації процесів і персоналізації клієнтського досвіду. Розвинути науково-дослідницькі навички в аналізі цифрових інновацій та прогнозуванні їх впливу на сферу HoReCa.

Завдання заняття:

1. Ознайомити здобувачів із концепцією штучного інтелекту та його інструментами, що застосовуються у сфері ресторанного менеджменту.
 2. Дослідити приклади інтеграції AI-рішень у міжнародних і національних компаніях HoReCa.
 3. Навчити використовувати аналітичні методи оцінки ефективності впровадження AI у бізнес-процеси.
 4. Розвинути практичні навички створення сценаріїв використання AI для ресторану або кейтерингового сервісу.
 5. Сприяти розвитку інноваційного мислення та цифрової грамотності здобувачів.
-

Методологічна база заняття:

- **Методологічні підходи:** цифровий, системний, прогностичний, аналітичний, компетентнісний.
- **Методи дослідження:** аналіз даних, порівняльний аналіз, моделювання, SWOT-аналіз, контент-аналіз інноваційних кейсів.
- **Інформаційна база:** аналітичні звіти *Forbes AI in Hospitality (2024)*, *McKinsey Future of AI in Service*, дослідження *Restaurant Technology Report (2025)*, Poster POS AI Tools.

Короткі теоретичні положення:

Штучний інтелект (AI) — це сукупність технологій, які дозволяють комп'ютерним системам виконувати завдання, що традиційно потребують людського інтелекту: аналіз даних, прогнозування, навчання, мовна та візуальна взаємодія.

У ресторанному бізнесі AI застосовується для:

- персоналізації меню та пропозицій (рекомендаційні алгоритми);
- прогнозування попиту й оптимізації запасів;
- автоматизації бронювання, доставки, оплати;
- моніторингу відгуків і аналізу емоцій клієнтів (*sentiment analysis*);
- підтримки через чат-боти та віртуальних асистентів;
- планування персоналу на основі поведінкової аналітики.

Сучасні AI-рішення у сфері HoReCa:

- **Predictive Analytics:** прогнозування продажів та поставок (AI-інструменти Oracle Hospitality, DataRobot).
- **AI Chatbots:** автоматизована взаємодія з гостями (*ChatGPT API, Botpress, Ada*).
- **Vision AI:** розпізнавання емоцій і моніторинг черг (*Cafe X, Spyce*).
- **Voice ordering systems:** голосові замовлення (*Domino's Alexa Ordering*).

AI-технології сприяють **оптимізації управлінських рішень**, скороченню витрат і створенню персоналізованого сервісу, що є конкурентною перевагою на сучасному ринку гостинності

Практичні завдання:

1. **Аналітичний огляд впровадження AI у сфері HoReCa.**
Проаналізувати 3 реальні кейси використання AI у міжнародних компаніях (наприклад: *Domino's Pizza*, *Starbucks Deep Brew*, *McDonald's Drive AI*). Визначити, як саме технологія вплинула на ефективність бізнесу.
2. **Дослідження готовності українського ринку до AI-інтеграції.**
Провести коротке опитування (10–15 респондентів) серед фахівців або студентів галузі щодо використання AI у ресторанах. Підготувати узагальнену аналітичну таблицю з висновками.
3. **Розроблення сценарію роботи AI-помічника для ресторану.**
Створити опис функціоналу “AI Restaurant Assistant” для автоматизації процесів (наприклад: чат-бот для бронювання, система прогнозування попиту, AI-сомельє).
Вказати алгоритм дій, очікуваний результат і користь для клієнта та адміністрації.
4. **SWOT-аналіз впровадження штучного інтелекту у ресторанному бізнесі.**
Визначити сильні та слабкі сторони, можливості й загрози використання AI-рішень у ресторанному закладі.
Підготувати аналітичний висновок (0,5–1 стор.).
5. **Презентація проєкту “AI Restaurant of the Future”.**
Розробити концепцію ресторану, що базується на використанні технологій штучного інтелекту (AI-кухар, автоматизоване меню, предиктивна логістика).
Оцінити потенційні вигоди, ризики та інноваційну унікальність.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 8. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ СТВОРЕННЯ ПРОГРАМ СТИМУЛЮВАННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧІВ

Мета заняття:

Сформувати у здобувачів компетентності у сфері розроблення, оцінювання та впровадження програм лояльності у закладах ресторанного господарства з використанням сучасних технологій та аналітичних методів. Розвинути навички застосування маркетингових досліджень для формування клієнтоорієнтованої стратегії ресторанного бізнесу.

Завдання заняття:

1. Ознайомити студентів із сучасними моделями формування лояльності у сфері гостинності.
2. Дослідити досвід національних і міжнародних корпорацій (McDonald's, Starbucks, Hilton Honors, Rozetka Café тощо) у побудові цифрових програм лояльності.

3. Навчити застосовувати методи маркетингових і поведінкових досліджень у процесі створення власної програми лояльності.
4. Розвинути вміння інтегрувати IT-рішення (мобільні додатки, QR-коди, big data-аналітику) у систему взаємодії з клієнтами.
5. Сформувати наукове бачення впливу програм лояльності на ефективність бізнес-моделі ресторану.

Методологічна база заняття:

- **Методологічні підходи:** маркетингово-аналітичний, поведінковий, клієнтоорієнтований, системний.
- **Методи дослідження:** анкетування, порівняльний аналіз (benchmarking), метод кейсів, аналіз даних CRM, ABC-аналіз клієнтської бази, контент-аналіз брендових практик.
- **Інформаційна база:** аналітика *McKinsey Loyalty Report (2024)*, *Hospitality Tech Research*, звіти *Starbucks Rewards System*, *Hilton Honors Case Study*, український ринок — *Сільно WOW Club*, *WOG Pay Bonus*.

Короткі теоретичні положення:

Програма лояльності — це інструмент стратегічного управління взаєминами з клієнтами, спрямований на підвищення рівня їхньої задоволеності, утримання та збільшення частоти повторних покупок.

Інноваційні програми лояльності у ресторанному бізнесі ґрунтуються на принципах:

- **персоналізації** (збирання та аналіз поведінкових даних клієнтів);
- **гейміфікації** (ігрові елементи: рівні, бали, досягнення);
- **цифрової інтеграції** (мобільні додатки, QR-коди, NFC, blockchain);
- **емоційного залучення** (створення спільноти навколо бренду);
- **аналітичної підтримки** (AI-аналітика, CRM-поведінкове прогнозування).

Міжнародний досвід:

- *Starbucks Rewards* — гейміфікована програма з накопиченням «зірок» через мобільний додаток і машинне навчання для персоналізації акцій.
- *Hilton Honors* — система рівнів (tiers) із бонусами за повторні бронювання, інтегрована в CRM і мобільний додаток.
- *Domino's Piece of the Pie Rewards* — обмін балів на піцу, поєднаний із AI-аналітикою замовлень.
- *Сільно WOW Club* — гейміфікований додаток, який формує емоційний зв'язок між брендом і споживачем.

Наукове підґрунтя: Дослідження лояльності передбачає аналіз мотивацій споживачів, побудову моделей поведінки (модель AIDAS, SERVQUAL, NPS — *Net Promoter Score*), оцінку рівня емоційної прихильності до бренду.

Практичні завдання:

- 1. Аналіз програм лояльності міжнародних корпорацій.**
Дослідити моделі програм *Starbucks Rewards*, *Hilton Honors* або *McDonald's Rewards*.
Визначити: механізм нарахування бонусів, цифрову платформу, канали комунікації, ключову цінність для клієнта.
Підготувати порівняльну таблицю (національна / міжнародна система).
- 2. Маркетингове дослідження поведінки клієнтів.**
Розробити коротку анкету (5–7 запитань) для оцінки рівня лояльності студентів до певного бренду або кафе університету.
Проаналізувати результати, визначити ключові мотиви повторних відвідувань.
- 3. ABC-аналіз клієнтської бази (імітаційна справа).**
На основі умовних даних (10 клієнтів, різна кількість покупок і суми чеків) провести ABC-аналіз, визначивши «основних» споживачів (категорія А).
Підготувати рекомендації щодо формування для них спеціальних пропозицій.
- 4. Розроблення концепції інноваційної програми лояльності.**
Створити модель програми лояльності для університетського буфету або ресторану з використанням цифрових рішень (QR-накопичення, Telegram-бот, AI-аналітика).
Вказати цільову аудиторію, механізм роботи, систему бонусів, очікувані показники залучення клієнтів.
- 5. SWOT-аналіз впровадження програми лояльності.**
Визначити сильні сторони, можливості та загрози реалізації обраної програми на українському ринку ресторанних послуг.
Підготувати короткий звіт і зробити висновки щодо ефективності обраної стратегії.

ТЕМА 9. ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ТА РОЗПОВСЮДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Мета заняття:

Сформувати у здобувачів знання про закономірності, етапи та механізми впровадження інновацій у ресторанному бізнесі, розвинути навички управління процесом дифузії інновацій та оцінювання факторів, що впливають на швидкість їх поширення в національних і міжнародних компаніях HoReCa.

Завдання заняття:

1. Ознайомити студентів із сучасними моделями впровадження та розповсюдження інновацій (Rogers Innovation Diffusion Model, Open Innovation).
2. Навчити аналізувати бар'єри та стимули інноваційного розвитку у сфері ресторанного господарства.
3. Сформувати практичні навички побудови інноваційного циклу на прикладі реального ресторанного підприємства.

4. Розвинути вміння оцінювати готовність підприємства до впровадження інновацій на основі управлінської діагностики.
5. Навчити проводити наукове дослідження динаміки поширення інновацій у HoReCa.

Методологічна база заняття:

- **Методологічні підходи:** інноваційний, системно-динамічний, управлінсько-аналітичний, процесний.
- **Методи дослідження:** порівняльний аналіз, метод кейсів, експертне оцінювання, SWOT-аналіз, побудова карти зацікавлених сторін (stakeholder mapping), аналітичне моделювання.
- **Інформаційна база:** звіти *EY Hospitality Innovation Index (2024)*, *HoReCa Europe Innovation Report*, публікації *OECD Science, Technology and Innovation Outlook*, дослідження *McKinsey Restaurant Transformation Map*, приклади компаній *Hilton*, *Marriott*, *Nusr-Et*, *Vapiano*, *Reikartz*.

Короткі теоретичні положення:

Інновація у ресторанному бізнесі — це впровадження нового або вдосконаленого продукту, технології, процесу чи управлінської моделі, що забезпечує підвищення конкурентоспроможності та ефективності закладу.

Процес упровадження інновацій включає етапи:

1. Ідентифікація потреб і проблем.
2. Розроблення інноваційної ідеї (R&D, прототипування).
3. Тестування (пілотні впровадження).
4. Адаптація і масштабування (diffusion).
5. Оцінка результатів і контроль якості.

Модель дифузії інновацій (Е. Роджерса) визначає категорії користувачів: інноватори (2,5%), ранні послідовники (13,5%), рання більшість (34%), пізня більшість (34%), консерватори (16%). Для HoReCa це означає: успіх новації залежить від швидкості її прийняття ринком і готовності персоналу до змін.

Фактори, що впливають на впровадження інновацій:

- внутрішні: управлінська культура, фінансування, кадрова компетентність, цифровізація;
- зовнішні: ринкова конкуренція, технологічні тренди, поведінка споживачів.

Міжнародний досвід показує, що лідери ринку (Hilton, Accor, Starbucks, Vapiano) застосовують відкриті інновації, інтеграцію стартапів, хмарні CRM-системи та моделі "smart restaurant".

Практичні завдання:

1. **Кейс-дослідження “Інноваційний прорив у HoReCa”.**
Обрати міжнародну або національну мережу (Hilton, Variano, Reikartz тощо) і дослідити приклад упровадження інновації (технологічної, управлінської, сервісної).
Визначити: мету, етапи впровадження, труднощі, результати, фактори успіху.
Оформити як короткий кейс-аналіз (1 сторінка).
2. **Побудова карти зацікавлених сторін (stakeholder map).**
Визначити учасників процесу впровадження інновацій у ресторані (власник, персонал, клієнти, постачальники, держава, партнери).
Візуалізувати взаємозв’язки та рівень впливу кожного на інноваційні рішення.
3. **SWOT-аналіз інноваційного потенціалу підприємства.**
На прикладі умовного або реального закладу провести SWOT-аналіз його готовності до інновацій.
Визначити, які внутрішні ресурси потрібно розвивати для підвищення інноваційної спроможності.
4. **Розроблення карти впровадження інноваційного циклу.**
Побудувати модель інноваційного процесу для ресторану (від ідеї до комерціалізації).
Позначити контрольні точки (етап розроблення, тестування, впровадження, оцінювання).
5. **Міні-дослідження “Бар’єри інновацій у ресторанному бізнесі України”.**
Опитати 5–10 представників галузі (викладачі, менеджери, студенти-практики) щодо головних перешкод інноваційному розвитку.
Узагальнити результати у вигляді таблиці й короткого аналітичного коментаря.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 10. ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЕКОЛОГІЧНОГО РЕСТОРАНУ

Мета заняття:

Сформувати у здобувачів компетентності щодо впровадження екологічних принципів у ресторанному бізнесі, розуміння концепції сталого розвитку, екологічного менеджменту, а також навички проєктування «зелених» закладів з урахуванням сучасних міжнародних стандартів (ISO 14001, Green Key, LEED Hospitality).

Завдання заняття:

1. Ознайомити студентів із концепціями екологізації ресторанної діяльності та принципами сталого розвитку.
2. Дослідити сучасні підходи до організації екологічно відповідального ресторанного бізнесу в Україні та за кордоном.

3. Навчити застосовувати методи оцінки екологічного впливу діяльності підприємства HoReCa.
4. Розвинути аналітичні та проєктні навички у сфері енергоефективності, утилізації відходів та управління ресурсами.
5. Сформувати науково-обґрунтовані пропозиції щодо створення екологічного ресторану в умовах українського ринку.

Методологічна база заняття:

- **Методологічні підходи:** екологічний, системний, інноваційний, управлінсько-аналітичний.
- **Методи дослідження:** контент-аналіз, метод експертних оцінок, порівняльний аналіз, SWOT-аналіз, аналітичне моделювання, метод оцінки життєвого циклу (LCA).
- **Інформаційна база:**
 - *UNWTO Global Report on Tourism and Sustainability (2024);*
 - *Green Key Certification Manual;*
 - *ISO 14001: Environmental Management Systems;*
 - приклади міжнародних брендів (*IKEA Food, Noma, Pret A Manger, McDonald's Sustainable Restaurant Design*);
 - український досвід — *Oh My Look Café, Vegan Boom, Salateira Green Concept.*

Короткі теоретичні положення:

Екологічний ресторан — це підприємство, що здійснює господарську діяльність із мінімальним впливом на навколишнє середовище, орієнтуючись на принципи **сталого розвитку**:

- раціональне використання ресурсів;
- мінімізація відходів;
- енергоефективність;
- використання локальної та органічної сировини;
- соціальна відповідальність.

Основні напрями екологізації ресторанного бізнесу:

1. Використання енергозберігаючого обладнання (індукційні плити, LED-освітлення, рекуперація повітря).
2. Зменшення харчових відходів (*food waste management*).
3. Заміна одноразового посуду на багаторазовий або біорозкладний.
4. Створення «зеленого меню» — страв з локальних, сезонних і органічних продуктів.
5. Цифровізація процесів — електронні меню, QR-замовлення, cashless оплата.
6. Екологічний дизайн приміщення (природні матеріали, зелена архітектура, еко-декор).

Міжнародний досвід:

- *Noma (Копенгаген)* — zero waste production + використання дикорослих продуктів.
- *IKEA Food* — глобальна програма «Food is Precious» для зменшення харчових відходів на 50%.
- *McDonald's Europe* — сертифікація будівель за стандартами LEED та використання біопалива.
- *Hilton Hotels* — стратегія *Travel with Purpose*: моніторинг викидів і цифрові показники ефективності.

Практичні завдання:

1. **Аналітичне дослідження світового досвіду.** Обрати два приклади екологічних ресторанів (один міжнародний, один український). Провести порівняльний аналіз за критеріями: використання ресурсів, технології, екологічна сертифікація, соціальна відповідальність. Підготувати коротку аналітичну довідку.
2. **SWOT-аналіз створення «зеленого ресторану».** Визначити сильні та слабкі сторони, можливості та загрози реалізації концепції екологічного ресторану в умовах Одеси або іншого міста України. Підготувати підсумкову таблицю з управлінськими рекомендаціями.
3. **Проектування концепції екологічного ресторану.** Розробити концепцію власного «зеленого ресторану» (назва, місце, концепція меню, технологічні рішення, комунікаційна стратегія). Вказати джерела інвестицій і заходи з енергоефективності.
4. **Розрахунок екологічного ефекту.** Використовуючи умовні дані, оцінити скорочення витрат енергії або харчових відходів після впровадження однієї еко-технології (наприклад, LED-освітлення чи сортування відходів). Оформити результати у таблиці.
5. **Розроблення плану корпоративної екологічної політики ресторану.** Сформулювати 5–7 пунктів внутрішньої політики підприємства щодо екологічної відповідальності (постачання, утилізація, енергоефективність, робота з персоналом і клієнтами).

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 11. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНИХ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ У ЗАКЛАДІ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Мета заняття:

Сформувати у здобувачів розуміння ролі інноваційних додаткових послуг у створенні конкурентних переваг закладів ресторанного господарства, навчити розробляти та впроваджувати креативні послуги, що поєднують елементи гастрономії, культури, технологій і сервісного дизайну.

Завдання заняття:

1. Ознайомити студентів із сучасними трендами в організації додаткових послуг (food experience, VR-обслуговування, шоу-кухні, гастротури, кулінарні школи).
2. Навчити проводити дослідження попиту споживачів на додаткові послуги у сфері HoReCa.
3. Розвинути навички аналітичного оцінювання ефективності інноваційних сервісних проєктів.
4. Сформувати практичні вміння розроблення бізнес-моделі додаткової послуги та обґрунтування її рентабельності.
5. Ознайомити з міжнародним досвідом брендів, що впроваджують experiential marketing у ресторанах (Hard Rock Café, Disney Dining, Dinner in the Sky, Michelin Experience).

Методологічна база заняття:

- **Методологічні підходи:** сервісно-інноваційний, клієнтоорієнтований, маркетинговий, проєктно-аналітичний.
- **Методи дослідження:** benchmarking, контент-аналіз, метод кейсів, аналіз ефективності інновацій (ROI, NPV), метод «customer journey mapping».
- **Інформаційна база:**
 - *Global Hospitality Trends Report (2025);*
 - *Forbes Hospitality Innovation Index;*
 - *HoReCa Experience Design Cases;*
 - *Ukrainian Restaurant Market Review 2024;*
 - приклади міжнародних і національних закладів — *Dinner in the Sky, Sublimotion, Hard Rock Café, 100 років тому вперед, Reikartz School of Taste.*

Короткі теоретичні положення:

Інноваційна додаткова послуга — це сервіс, що доповнює основний процес харчування, формує новий рівень клієнтського досвіду (customer experience) і підвищує прибутковість бізнесу.

Ключові напрями розвитку інноваційних додаткових послуг:

- **Гастрономічні шоу та майстер-класи.** (Chef's Table, open kitchen, cooking class).
- **Досвідні формати (“experience economy”).** Тематичні вечери, театралізовані сервіси, VR-дегустації.
- **Гастротуризм.** Поєднання кулінарії та локальної культури.
- **Партнерські колаборації.** Взаємодія з митцями, fashion-брендами, wellness-центрами.
- **Соціально орієнтовані сервіси.** Благодійні події, zero-waste cooking, інтерактивні освітні програми.

Інноваційні послуги підвищують коефіцієнт повторного відвідування, середній чек, імідж бренду та створюють емоційно-ціннісний зв'язок між клієнтом і рестораном.

Практичні завдання:

1. **Аналітичний кейс “Experience dining як тренд 2025 року”.**
Проаналізувати один міжнародний і один український приклад додаткових інноваційних послуг у ресторанах.
Визначити, які елементи досвіду (звукові, візуальні, емоційні, сенсорні) використовуються для створення унікального ефекту.
2. **Розроблення карти споживчого шляху (customer journey map).**
Побудувати карту взаємодії клієнта із закладом під час отримання додаткової послуги.
Визначити точки контакту, які формують найвищу емоційну цінність.
3. **Маркетингове дослідження попиту.**
Провести опитування або експертне оцінювання серед студентів чи гостей щодо найбільш бажаних додаткових послуг у кафе університету або готельно-ресторанному комплексі.
Узагальнити результати у вигляді діаграми.
4. **Розроблення концепції власної інноваційної послуги.**
Створити короткий проєкт нової послуги (food performance, гастрощола, VR-дегустація, колаборація з баристою).
Обґрунтувати її економічну доцільність (очікуваний попит, ціна, собівартість, прибуток, ROI).
5. **Фінальний розрахунок ефективності.**
Визначити прогнозовані показники: кількість відвідувачів, середній чек, точку беззбитковості.
Зробити висновок щодо рентабельності та стратегічної цінності послуги.

ТЕМА 12. ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ЕНЕРГОЗБЕРІГАЮЧИХ ТЕХНОЛОГІЙ У РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Мета заняття:

Сформувати у здобувачів розуміння сучасних тенденцій енергоефективності у сфері HoReCa, навчити використовувати інноваційні підходи до управління енергоресурсами, аналізувати ефективність технологічних рішень і впроваджувати системи «зеленого менеджменту» у закладах ресторанного господарства.

Завдання заняття:

1. Ознайомити студентів із концепцією енергозбереження як складової сталого розвитку ресторанного бізнесу.
2. Проаналізувати сучасні технології скорочення споживання енергії, води та тепла в закладах HoReCa.
3. Навчити проводити енергетичний аудит підприємства ресторанного господарства.

4. Розвинути навички оцінки економічного ефекту від упровадження енергозберігаючих технологій.
5. Сформувати вміння підготувати проєкт енергоефективного оновлення ресторану або кейтерингової компанії.

Методологічна база заняття:

- **Методологічні підходи:** енергоефективний, системно-аналітичний, управлінський, інноваційний.
- **Методи дослідження:** порівняльний аналіз, енергетичний аудит, SWOT-аналіз, метод експертних оцінок, економічне моделювання.
- **Інформаційна база:**
 - *ISO 50001: Energy Management Systems;*
 - *EU Green Deal and HoReCa Energy Standards (2024);*
 - *UNEP Sustainable Food Service Guidelines;*
 - *Національна стратегія енергетичної ефективності України до 2030 року;*
 - приклади компаній — *Hilton LightStay Program, Marriott Serve 360, Green Key Restaurants, McDonald's Eco-Design Restaurants*, українські кейси — *GastroHub Kyiv, Urban Space 100.*

Короткі теоретичні положення:

Енергозбереження в ресторанному господарстві — це комплекс заходів, спрямованих на зниження енергоспоживання без зменшення якості обслуговування, шляхом використання сучасних технологій, автоматизації процесів та управління енергоресурсами.

Основні напрями енергоефективності:

1. **Технологічний:**
 - Використання індукційного, пароконвекційного, вакуумного обладнання.
 - Установлення систем рекуперації повітря, енергоощадних холодильних камер, smart-вентиляції.
2. **Архітектурно-дизайнерський:**
 - Використання енергозберігаючих матеріалів, LED-освітлення, сенсорних систем.
 - Оптимізація природного освітлення та мікроклімату.
3. **Організаційно-управлінський:**
 - Впровадження стандартів ISO 50001 і систем енергомоніторингу.
 - Підвищення обізнаності персоналу, створення політики енергоменеджменту.

Очікуваний результат: зменшення енерговитрат на 15–30%, підвищення прибутковості закладу та формування позитивного екоіміджу.

Практичні завдання:

- 1. Порівняльний аналіз енергоефективних технологій.**
Визначити, які інноваційні рішення застосовуються у світових ресторанных мережах.
Побудувати таблицю порівняння за параметрами: вид технології, опис, економічний ефект, окупність.
- 2. SWOT-аналіз впровадження енергозберігаючої системи в ресторані.**
Обрати реальний або умовний заклад.
Визначити сильні/слабкі сторони, можливості та загрози впровадження smart-технологій (LED, рекуперація, автоматизація).
- 3. Розрахунок економічного ефекту.**
Розрахувати умовну економію енергоресурсів (у гривнях і відсотках) після впровадження однієї технології. Формула:
$$E = (Q_1 - Q_2) \times TE = (Q_1 - Q_2) \times T$$

де Q_1 – витрати енергії до впровадження, Q_2 – після, T – тариф.
- 4. Розроблення міні-проекту “Енергоефективний ресторан”.**
Розробити ескіз концепції кафе або їдальні університету, де передбачити:
 - о використання smart-технологій (датчики, автоматизація);
 - о архітектурні рішення;
 - о політику енергоменеджменту (мотивація персоналу, навчання).Представити результати у вигляді короткої презентації.
- 5. Формування системи енергомоніторингу.**
Створити схему збору даних про енергоспоживання для одного закладу (щоденний, щомісячний контроль, відповідальні особи). Підготувати пропозиції щодо інтеграції цих даних у систему CRM або ERP ресторану.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 13. ФОРМУВАННЯ СТРУКТУРНО-ЯКІСНОЇ СИСТЕМИ ІННОВАЦІЙНИХ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Мета заняття:

Сформувати у студентів здатність приймати обґрунтовані управлінські рішення в умовах цифровізації та інноваційного розвитку ресторанного бізнесу, застосовуючи сучасні методи аналізу, прогнозування та моделювання управлінських процесів.

Завдання заняття:

1. Ознайомити студентів з методологією системного підходу до прийняття інноваційних рішень.
2. Розвинути аналітичні навички оцінювання ефективності управлінських рішень у ресторанному бізнесі.

3. Розглянути процес формування структури управління на інноваційно орієнтованому підприємстві HoReCa.
4. Навчити застосовувати методи прогнозування, ризик-менеджменту та стратегічного аналізу.
5. Сформувати у студентів розуміння взаємозв'язку між якістю управлінських рішень, конкурентоспроможністю та стійкістю бізнесу.

Методологічна база заняття:

- **Методи дослідження:** аналіз ієрархій (АНР), SWOT-аналіз, метод експертних оцінок, аналітико-сценарний метод, економічне моделювання, методи багатокритеріальної оцінки ефективності управлінських рішень.
- **Інформаційна база:**
 - *ISO 9001:2015 Quality Management Systems;*
 - *EFQM Excellence Model;*
 - *Harvard Business Review on Strategic Decision-Making;*
 - *UNWTO Hotel and Restaurant Management Standards;*
 - Класичні моделі управління: *Mintzberg's Managerial Roles*, *Balanced Scorecard (Kaplan & Norton)*, *Decision Support Systems (DSS)*;
 - Практика міжнародних корпорацій: *Hilton Decision Hub*, *McDonald's Smart Management*, *Starbucks Adaptive Innovation System*, *Restoria Ukraine ERP-рішення*.

Короткі теоретичні положення:

1. Сутність інноваційного управлінського рішення.

Інноваційне управлінське рішення — це результат інтелектуальної діяльності менеджера, який базується на використанні наукових методів аналізу, цифрових технологій і творчих підходів для досягнення стратегічних цілей підприємства ресторанного бізнесу.

2. Етапи прийняття управлінських рішень:

1. Виявлення проблеми або інноваційної можливості.
2. Збір і систематизація даних.
3. Вибір критеріїв для оцінки альтернатив.
4. Моделювання варіантів рішень (економічна, соціальна, технологічна оцінка).
5. Прийняття рішення та розроблення плану впровадження.
6. Контроль, коригування, формування звіту з результативності.

3. Ключові принципи формування структурно-якісної системи управлінських рішень:

- **Ієрархічність** — визначення рівнів прийняття рішень (стратегічний, тактичний, оперативний).
- **Гнучкість** — можливість адаптації до змін ринку.
- **Інтегрованість** — узгодженість управлінських рішень між підрозділами.
- **Аналітичність** — використання BI-аналітики (Power BI, Tableau, CRM).

- **Наукова обґрунтованість** — застосування методів кількісного аналізу та прогнозування.

4. Типові інноваційні рішення в ресторанному менеджменті:

- оптимізація структури управління за допомогою ERP-систем;
- впровадження системи електронного контролю KPI;
- автоматизація процесів обслуговування клієнтів;
- створення цифрового twin-ресторану (моделювання бізнес-процесів у 3D).

Практичні завдання:

1. Аналітична вправа “Дерево рішень” Побудуйте дерево управлінських рішень для ресторану, який планує впровадити інноваційний формат обслуговування (наприклад, self-ordering kiosks або роботизовану подачу). Визначте ключові фактори впливу (витрати, час, якість, ризики).

2. Метод аналізу ієрархій (АНР). Розробіть матрицю пріоритетів для вибору постачальника smart-обладнання. Критерії: надійність, ціна, інноваційність, сервісне обслуговування, термін постачання. Побудуйте ієрархічну структуру та визначте вагові коефіцієнти.

3. SWOT-аналіз управлінської системи ресторану. Оберіть реальний ресторан або навчальний кейс. Проведіть SWOT-аналіз управлінської структури з позиції інноваційності. Сформулюйте стратегію розвитку системи управління з урахуванням виявлених сильних і слабких сторін.

4. Моделювання управлінського рішення із використанням ВІ-аналітики. Використайте умовні дані про продажі ресторану (3 місяці). Визначте закономірності та підготуйте управлінське рішення щодо коригування меню або розкладу персоналу. (Завдання виконується у лабораторії або з використанням програм Power BI, Google Sheets, Excel-аналітики).

5. Розроблення моделі структурно-якісної системи управління. Підготуйте модель управління середнім рестораном (50–100 місць), у якій:

- визначте підрозділи, функції та відповідальних осіб;
- вкажіть, які рішення приймаються автоматично (через CRM), а які — менеджером;
- опишіть механізм контролю ефективності.

Результати представити у вигляді **структурної схеми та короткої пояснювальної записки** (до 1 сторінки).

САМОСТІЙНА РОБОТА

До самостійної роботи студентів щодо вивчення дисципліни включаються:

1. Знайомство з науковою та навчальною літературою відповідно зазначених у програмі тем.
2. Опрацювання лекційного матеріалу.
3. Підготовка до практичних занять.
4. Консультації з викладачем протягом семестру.
5. Самостійне опрацювання окремих питань навчальної дисципліни.
6. Підготовка та виконання індивідуальних завдань у вигляді есе, рефератів тощо.
7. Підготовка до підсумкового контролю.

Тематика та питання до самостійної підготовки та індивідуальних завдань

Тема 1. Методологічні засади інноваційної діяльності в ресторанному бізнесі

- Сутність і класифікація інновацій у сфері готельно-ресторанного бізнесу.
- Методологічні принципи дослідження інноваційних процесів у сфері ресторанного господарства.
- Наукові методи дослідження інновацій: емпіричні, теоретичні та експериментальні.
- Структура інноваційного дослідження: проблема, гіпотеза, мета, завдання, методи, результати.
- Алгоритм формулювання наукової проблеми в контексті ресторанного бізнесу.
- Особливості застосування SWOT-, PEST- і тренд-аналізу для обґрунтування інноваційних рішень.
- Методи оцінювання ефективності впровадження інновацій у ресторанному сервісі.
- Зарубіжні підходи до дослідження та впровадження інновацій у сфері HoReCa (на прикладі країн ЄС).
- Мультидисциплінарний підхід у дослідженні ресторанних інновацій (технологічний, маркетинговий, соціально-психологічний аспекти).
- Етичні аспекти проведення наукових досліджень у сфері харчових технологій і сервісу.
- Підготуйте аналітичний огляд інновацій у ресторанному бізнесі України (за останні 3 роки) із використанням джерел наукових статей, аналітичних звітів і практичних кейсів.
- Сформулюйте тему власного дослідження в контексті магістерської роботи, що відповідає вимогам ПРН 11 (наприклад, «Дослідження ефективності впровадження технологій zero waste у закладах ресторанного господарства»).
- Розробіть короткий план наукового дослідження (до 1 сторінки) з визначенням мети, завдань, гіпотези, об'єкта, предмета й методів.
- Підготуйте міні-презентацію (5–7 слайдів) з аналізом однієї сучасної інноваційної технології у сфері HoReCa (food design, smart-kitchen, sustainability, automation).
- Порівняйте підходи до дослідження інновацій у вітчизняних і закордонних наукових джерелах (таблиця порівняльного аналізу).

- Складіть карту зацікавлених сторін (stakeholders map) для обґрунтування необхідності впровадження обраної інновації в реальний ресторан.
- Запропонуйте власну ідею інновації (продукт, технологію, сервіс чи маркетингове рішення) з коротким описом проблеми, яку вона вирішує, і методів, якими можна дослідити її ефективність.
- Ознайомтесь із нормативно-правовим забезпеченням інноваційної діяльності в Україні та світі. Як законодавство впливає на розвиток інновацій?

Тема 2 . Інноваційні концепції та формати сучасних закладів ресторанного господарства та їх розвиток

- ☐ - Які основні інноваційні концепції використовуються в сучасних закладах ресторанного господарства?
- ☐ - Наведіть приклади та поясніть їх вплив на споживачів.
- ☐ - Як цифровізація та технології самообслуговування змінюють формати ресторанів? Оцініть ефективність таких рішень.
- ☐ - Проаналізуйте розвиток концепції "екологічно чистих" ресторанів. Які інновації дозволяють закладам відповідати вимогам сталого розвитку?
- ☐ - Які новітні тенденції спостерігаються в організації ресторанного простору та дизайну закладів? Як вони впливають на залучення клієнтів?
- ☐ - Як глобальні тренди (як-от веганська кухня, здорове харчування, фаст-фуд нового покоління) впливають на інноваційні формати ресторанів/

Тема 3. Інноваційні технології у створенні концептуального меню. Інжиніринг меню

- ☐ - Які ключові інноваційні підходи використовуються при створенні концептуального меню в сучасних ресторанах? Наведіть приклади таких підходів.
- ☐ - Що таке інжиніринг меню, і які основні етапи він включає? Як цей процес впливає на рентабельність ресторану?
- ☐ - Оцініть роль технологічних інновацій (як-от автоматизація, AI, Big Data) у створенні та аналізі меню. Як ці технології допомагають у прийнятті рішень щодо страв?
- ☐ - Як здорові тенденції в харчуванні впливають на створення концептуального меню? Які страви зазвичай включаються в такі меню?
- ☐ - Які методи маркетингового аналізу використовуються в інжинірингу меню для збільшення продажів певних страв? Як вони впливають на поведінку споживачів?

Тема 4. Інноваційні кулінарні технології: молекулярна гастрономія, технології здорового харчування, створення індивідуальних страв на основі персональних вподобань споживачів

- ☐ - Що таке молекулярна гастрономія, і які інноваційні технології вона використовує? Наведіть приклади
- ☐ - молекулярних страв та їх особливості.
- ☐ - Як інноваційні технології здорового харчування змінюють підхід до приготування страв у сучасних ресторанах? Які основні принципи таких технологій?
- ☐ - Як персоналізація страв на основі вподобань споживачів впливає на меню ресторану? Які інструменти та технології використовуються для збору та аналізу даних про вподобання клієнтів?

- - Які переваги та виклики впровадження інноваційних кулінарних технологій, таких як молекулярна гастрономія, для ресторанного бізнесу?
- Як технології здорового харчування впливають на індустрію громадського харчування та які нові можливості вони відкривають для закладів?

Тема 5. Інноваційні технології сервісу у ресторанному господарстві

- - Які основні інноваційні технології впроваджуються в сервіс у сучасних ресторанах? Наведіть приклади їхнього застосування та впливу на досвід клієнтів.
- - Як технології автоматизації змінюють процес обслуговування в ресторанному бізнесі? Розгляньте приклади використання чат-ботів, систем бронювання та електронних меню.
- - Яку роль відіграють технології самообслуговування (як-от термінали для замовлень і безконтактні платежі) у покращенні ефективності ресторанного обслуговування?
- - Які новітні рішення в сфері персоналізації сервісу впроваджуються в ресторанному господарстві? Як аналіз даних клієнтів допомагає підвищити якість обслуговування?
- Як інноваційні технології допомагають ресторанам адаптуватися до нових вимог ринку, таких як дистанційне обслуговування, доставка їжі та креативні формати взаємодії з клієнтами?

Тема 6. Інноваційні методи управління ресторанами: CRM-системи, автоматизовані системи для управління запасами, замовленнями та обслуговуванням клієнтів.

- Що таке CRM-системи, і як вони використовуються для покращення управління ресторанним бізнесом?
- - Які ключові переваги їхнього впровадження?
- - Як автоматизовані системи управління запасами допомагають ресторанам підвищити ефективність операцій? Розгляньте приклади використання таких систем.
- Які інновації в автоматизації процесів замовлення та обслуговування клієнтів є найбільш ефективними?
- - Як вони впливають на рівень задоволеності клієнтів?
- - Оцініть роль автоматизованих систем у зниженні витрат та підвищенні прибутковості ресторану. Які бізнес-процеси вони допомагають оптимізувати?
- Які виклики можуть виникати під час впровадження CRM та автоматизованих систем у ресторанний бізнес, і як їх можна подолати?

Тема 7. Інноваційні технології впровадження штучного інтелекту в ресторанному бізнесі

- - Які основні можливості штучного інтелекту (ШІ) у ресторанному бізнесі? Наведіть приклади впровадження ШІ в процеси обслуговування та управління ресторанами.
- - Як використання ШІ може покращити управління замовленнями та запасами в ресторані? Які переваги це надає?
- - Оцініть роль чат-ботів і голосових помічників у сфері обслуговування клієнтів ресторанів. Як їх використання впливає на взаємодію з клієнтами?
- - Як ШІ може допомогти в персоналізації меню та пропозицій для клієнтів ресторану? Які дані використовуються для аналізу вподобань споживачів?

- Які виклики можуть виникати під час впровадження штучного інтелекту в ресторанному бізнесі, і як їх можна подолати?

Тема 8. Інноваційні технології створення програм стимулювання лояльності споживачів закладу ресторанного господарства

- - Які ключові інноваційні методи використовуються для створення програм лояльності у ресторанному бізнесі? Наведіть приклади успішних програм.
- - Як цифрові технології (мобільні додатки, програми на базі штучного інтелекту) впливають на ефективність програм лояльності в ресторанах?
- - Проаналізуйте роль персоналізованих програм лояльності. Як аналіз даних клієнтів допомагає розробляти ефективні стратегії для підвищення лояльності?
- - Як використання гейміфікації може вплинути на залученість та лояльність клієнтів закладу? Які приклади таких програм ви знаєте?
Які виклики можуть виникати при впровадженні інноваційних програм лояльності у ресторанному господарстві, і як їх можна вирішити?

Тема 9. Особливості впровадження та розповсюдження інновацій у ресторанному бізнесі

- - Які основні етапи впровадження інновацій у ресторанному бізнесі? Які виклики можуть виникати на кожному з етапів?
- - Проаналізуйте фактори, що впливають на успішність розповсюдження інновацій у ресторанній індустрії.
 - Як конкурентне середовище впливає на цей процес?
- - Як культура підприємства та рівень підготовки персоналу впливають на впровадження інновацій у ресторанах? Наведіть приклади успішних кейсів.
- - Які технології допомагають ресторанам швидко адаптуватися до змін і впроваджувати інновації в обслуговування клієнтів та управління процесами?
- - Які новітні інноваційні рішення в ресторанному бізнесі стали найбільш популярними за останні роки, і як вони поширюються на ринку?

Тема 10. Особливості створення діяльності екологічного ресторану

- Які основні принципи екологічного ресторану? Як вони впливають на операційну діяльність закладу?
- - Які заходи зі сталого розвитку можуть бути впроваджені в екологічному ресторані? Розгляньте вплив використання органічних продуктів, скорочення відходів та енергоефективність.
- - Як вибір постачальників та використання місцевих продуктів впливають на екологічність ресторану? Які переваги це дає як бізнесу, так і споживачам?
- - Які маркетингові стратегії використовуються для популяризації екологічних ресторанів серед споживачів? Як вони впливають на залучення клієнтів?
- - Які виклики можуть виникати при створенні та управлінні екологічним рестораном, і як їх можна вирішити?

Тема 11. Сучасні тенденції організації надання інноваційних додаткових послуг у закладі ресторанного господарства та їх розвиток

- - Які інноваційні додаткові послуги найчастіше впроваджуються в сучасних закладах ресторанного господарства? Як вони впливають на конкурентоспроможність закладу?
 - Як впровадження новітніх технологій впливає на якість додаткових послуг у ресторанному бізнесі?

- - Проаналізуйте приклади технологій, що використовуються для підвищення зручності клієнтів.
- - Розгляньте роль індивідуалізації та персоналізації додаткових послуг у закладах ресторанного господарства. Як це сприяє покращенню клієнтського досвіду?
- - Які нові тренди у сфері додаткових послуг в ресторанному бізнесі стали найбільш популярними останнім часом, і як вони впливають на загальну концепцію закладу?
- Які виклики можуть виникнути при впровадженні інноваційних додаткових послуг у закладах ресторанного господарства, і які рішення допоможуть їх подолати?

Тема 12.. Впровадження інноваційних енергозберігаючих технологій у ресторанному господарстві.

- - Які основні енергозберігаючі технології можуть бути впроваджені у ресторанному господарстві для зниження витрат на енергоресурси? Наведіть приклади.
- - Як впровадження енергозберігаючих технологій впливає на загальну ефективність роботи ресторану та його екологічну відповідальність?
- - Які інноваційні рішення для управління енергоспоживанням можна використовувати в ресторанах для оптимізації енергетичних витрат?
- - Розгляньте переваги та виклики впровадження систем автоматизації енергоспоживання у закладах ресторанного господарства. Як ці системи можуть допомогти підвищити рентабельність бізнесу?
- Як тенденції в області відновлюваних джерел енергії (сонячні батареї, геотермальна енергія тощо) можуть бути використані у ресторанному бізнесі для зменшення впливу на довкілля?

Тема 13.. Формування структурно-якісної системи інноваційних управлінських рішень діяльності підприємств готельного і ресторанного бізнесу.

- - Що таке структурно-якісна система управлінських рішень і які її ключові елементи? Як ці елементи впливають на діяльність ресторанного бізнесу?
- - Які інноваційні управлінські рішення можуть бути використані для підвищення ефективності управління підприємствами в ресторанному бізнесі?
- - Як технології автоматизації та цифровізації впливають на формування системи управлінських рішень у ресторанному бізнесі?
- - Які переваги та виклики виникають під час впровадження інноваційних управлінських рішень у підприємствах ресторанного бізнесу?
- Як управлінські рішення, спрямовані на покращення якості обслуговування, можуть впливати на конкурентоспроможність ресторанного бізнесу?

7. ВИДИ ТА МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Види контролю	Складові оцінювання	
	Для екзамену	Для заліку
поточний контроль , який здійснюється у ході: проведення практичних (лабораторних) занять, виконання самостійної роботи, індивідуальних завдань, дослідна робота здобувача тощо.	50%	100%
підсумковий контроль	50%	

Методи діагностики знань (контролю)	фронтальне опитування; наукова доповідь, реферати, усне повідомлення, індивідуальне опитування; робота у групах; ділова гра, розв'язання ситуаційних завдань, кейсів, практичних завдань, екзамен
--	--

Питання до екзамену

1. Поняття інновації та її відмінність від модернізації в індустрії гостинності.
2. Основні види інновацій у ресторанному бізнесі.
3. Особливості інноваційних процесів у сфері ресторанного господарства.
4. Основні етапи інноваційного циклу в підприємствах гостинності.
5. Методологічні підходи до дослідження інновацій у ресторанному бізнесі.
6. Методи наукового дослідження інновацій: спостереження, анкетування, експеримент, SWOT-аналіз.
7. Сутність і значення методу benchmarking у вивченні інноваційних процесів.
8. Основні складові структури інноваційного дослідження.
9. Інновації як об'єкт наукового пізнання у сфері гостинності.
10. Фактори, що стимулюють розвиток інновацій у ресторанному бізнесі.
11. Поняття «інноваційна концепція» закладу ресторанного господарства.
12. Сучасні формати закладів харчування (food hall, dark kitchen, pop-up restaurant, zero waste café).
13. Світові тренди в розвитку інноваційних форматів ресторанів.
14. Принципи створення та розвитку концептуального ресторану.
15. Сутність та етапи процесу інжинірингу меню.
16. Методи аналізу ефективності асортименту страв (ABC/XYZ-аналіз).
17. Поняття menu design та його вплив на поведінку споживачів.
18. Приклади інноваційних підходів до створення меню у світовій практиці.
19. Характеристика сучасних кулінарних технологій (molecular, sous-vide, dehydration, smoking тощо).
20. Технології здорового харчування у ресторанному бізнесі.
21. Персоналізовані страви: підходи до розробки та переваги для клієнта.
22. Сутність і тенденції розвитку інновацій у сфері кейтерингу.
23. Основні технологічні рішення в організації виїзного обслуговування.
24. Цифрові сервіси й платформи для управління кейтеринговими послугами.
25. Інноваційні підходи до сервісу: smart table, роботизація, QR-замовлення.
26. Переваги впровадження CRM-систем у ресторанному управлінні.

27. Автоматизовані системи управління запасами та замовленнями: сутність і приклади.
28. Вплив цифровізації на ефективність ресторанного бізнесу.
29. Використання big data у прийнятті управлінських рішень у ресторанах.
30. Використання штучного інтелекту (AI) у сфері гостинності: напрями, переваги, ризики.
31. Приклади впровадження чат-ботів і систем рекомендацій у ресторанному бізнесі.
32. Автоматизація маркетингу в ресторанах за допомогою AI.
33. Концепція сталого розвитку та її впровадження в ресторанному бізнесі.
34. Екологічні ресторани: принципи, критерії, приклади.
35. Технології управління відходами у закладах ресторанного господарства.
36. Впровадження zero waste концепції у виробничих процесах ресторанів.
37. Особливості створення програм лояльності споживачів.
38. Сучасні інструменти гейміфікації у системі лояльності клієнтів.
39. Цифрові додатки для стимулювання повторних продажів.
40. Основні бар'єри впровадження інновацій у ресторанному бізнесі.
41. Роль персоналу у впровадженні та поширенні інновацій.
42. Комунікаційні стратегії для успішного впровадження інновацій у ресторанах.
43. Механізми поширення інновацій серед підприємств сфери гостинності.
44. Інновації в енергозбереженні: технології, приклади, ефект.
45. Енергозберігаюче обладнання для ресторанних підприємств.
46. Розрахунок енергетичної ефективності інноваційних технологій.
47. Інноваційні управлінські рішення у ресторанному бізнесі: сутність, структура, типи.
48. Критерії оцінки ефективності управлінських рішень в інноваційному середовищі.
49. Роль інновацій у підвищенні конкурентоспроможності ресторанних підприємств.
50. Перспективи розвитку інноваційних технологій у сфері готельно-ресторанного бізнесу України.

ОЦІНЮВАННЯ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ТА ФАХОВОЇ ПЕРЕДВИЩОЇ ОСВІТИ ЗА НАВЧАЛЬНУ ДИСЦИПЛІНУ У МІЖНАРОДНОМУ ГУМАНІТАРНОМУ УНІВЕРСИТЕТІ

(поточний контроль, підсумковий контроль, загальний результат оцінювання)

ЕКЗАМЕН

<i>Поточний контроль</i>			
Види роботи	Планові терміни виконання	Форми контролю та звітності	Максимальний відсоток оцінювання
Систематичність і активність роботи на практичних (лабораторних) заняттях			
1.1. Підготовка до практичних (лабораторних) занять	Відповідно до робочої програми та розкладу занять	Перевірка обсягу та якості засвоєного матеріалу під час практичних (лабораторних) занять	30
Виконання завдань для самостійного опрацювання			
1.2. Індивідуальне тестування, завдання, підготовка реферату (есе) за заданою тематикою	Відповідно до робочої програми тарозкладу занять	Розгляд відповідного матеріалу під час аудиторних занять або ІКР ¹ , перевірка конспектів навчальних текстів тощо	10
Виконання індивідуальних завдань, дослідна робота здобувача			
1.3. Інші види індивідуальних завдань, в т.ч. підготовка наукових публікацій, участь у роботі круглих столів, конференцій тощо.	Відповідно до робочої програми тарозкладу занять	Обговорення результатів проведеної роботи під час аудиторних занять, наукових конференцій та круглих столів.	10
Разом балів за поточний контроль			50
Підсумковий контроль екзамен			50
Загальний результат оцінювання			100

Поточний контроль знань здобувачів освіти при формі контролю **екзамен** (максимум 50 балів) оцінюється за шкалою («2», «3», «4», «5»), з обов'язковим переведенням балів за кожний вид роботи таким чином:

- за підготовку до аудиторних занять (максимум 30 балів) здобувачу освіти необхідно мати не менше 1/2 оцінок від загальної кількості практичних (лабораторних) занять, для переводу балів за підготовку до аудиторних занять середньоарифметична оцінка множиться на коефіцієнт 6;

¹ Індивідуально-консультативна робота викладача зі здобувачами

- за виконання завдань для самостійного опрацювання (тестування, завдання, підготовка реферату (есе) за заданою тематикою) (максимум 10 балів) здобувачу освіти необхідно мати не менше 1/2 оцінок від загальної кількості програмного матеріалу, що виноситься на самостійне вивчення, для переводу зазначених балів середньоарифметична оцінка множиться на коефіцієнт 2;
- за інші види індивідуальних завдань, в т.ч. підготовку наукових публікацій, участь у роботі круглих столів, конференцій тощо (максимум 10- балів) здобувачу освіти необхідно мати не менше 1/2 оцінок від загальної кількості інших видів індивідуальних завдань, для переводу балів за підготовку до аудиторних занять середньоарифметична оцінка множиться на коефіцієнт 2.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗА ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ

- «2»- виставляється за неправильну відповідь (письмову роботу), яка не відповідає змісту теми та свідчить про нерозуміння її основних положень;
- «3» -виставляється за відповідь (письмову роботу), яка відповідає змісту теми, але є неповною і неточною у визначенні понять, свідчить про неповне розуміння основних положень навчального матеріалу, свідчить про те, що знання студента мають фрагментарний, поверховий характер;
- «4» - оцінюється правильна і обґрунтована відповідь (письмова робота), з якої видно, що студент знає й розуміє теоретичний матеріал в обсязі навчальної теми, володіє необхідними навичками, не допускає суттєвих помилок.
- «5» - оцінюється повна, правильна, ґрунтовна відповідь (письмова робота) на запитання теми, що передбачає логічність і послідовність викладу матеріалу, володіння термінологією, показує вміння повно й глибоко використовувати теоретичні знання в практичній площині.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ ЗДОБУВАЧІВ ЗА ЕКЗАМЕН (максимум 50 балів)

Рівень знань оцінюється:

- від 40 до 50 балів - студент виявляє особливі творчі здібності, вміє самостійно знаходити та опрацьовувати необхідну інформацію, демонструє знання матеріалу, проводить узагальнення і висновки;
- 30 до 40 балів - студент володіє знаннями матеріалу, але допускає незначні помилки у формуванні термінів, категорій, проте за допомогою викладача швидко орієнтується і знаходить правильні відповіді;
- 20 - 30 балів - студент відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень, з допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, але дає недостатньо обґрунтовані, невичерпні відповіді, допускає помилки.
- 10 - 20 балів - володіє навчальним матеріалом на середньому рівні, допускає помилки, серед яких є значна кількість суттєвих;
- 0 10 балів - володіє навчальним матеріалом на рівні, вищому за початковий, значну частину його відтворює на репродуктивному рівні, на всі запитання дає необґрунтовані, невичерпні відповіді, допускає помилки.

КРИТЕРІЇ ЗАГАЛЬНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ЗДОБУВАЧІВ (для іспиту / заліку)

Рівень знань оцінюється:

- «відмінно» / «зараховано» А - від 90 до 100 балів. Студент виявляє особливі творчі здібності, вміє самостійно знаходити та опрацьовувати необхідну інформацію, демонструє знання матеріалу, проводить узагальнення і висновки. Був присутній на лекціях та семінарських заняттях, під час яких давав вичерпні, обґрунтовані, теоретично і практично правильні відповіді, має конспект з виконаними завданнями до самостійної роботи, презентував реферат (есе) за заданою тематикою, проявляє активність і творчість у науково-дослідній роботі;
- «добре» / «зараховано» В - від 82 до 89 балів. Студент володіє знаннями матеріалу, але допускає незначні помилки у формуванні термінів, категорій, проте за допомогою викладача швидко орієнтується і знаходить правильні відповіді. Був присутній на лекціях та семінарських заняттях, має конспект з виконаними завданнями до самостійної роботи, презентував реферат (есе) за заданою тематикою, проявляє активність і творчість у науково-дослідній роботі;
- «добре» / «зараховано» С - від 74 до 81 балів. Студент відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень, з допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, але дає недостатньо обґрунтовані, невичерпні відповіді, допускає помилки. При цьому враховується наявність конспекту з виконаними завданнями до самостійної роботи, реферату та активність у науково-дослідній роботі;
- «задовільно» / «зараховано» D - від 64 до 73 балів. Студент був присутній не на всіх лекціях та семінарських заняттях, володіє навчальним матеріалом на середньому рівні, допускає помилки, серед яких є значна кількість суттєвих. При цьому враховується наявність конспекту з виконаними завданнями до самостійної роботи, рефератів (есе);
- «задовільно» / «зараховано» E - від 60 до 63 балів. Студент був присутній не на всіх лекціях та семінарських заняттях, володіє навчальним матеріалом на рівні, вищому за початковий, значну частину його відтворює на репродуктивному рівні, на всі запитання дає необґрунтовані, невичерпні відповіді, допускає помилки, має неповний конспект з завданнями до самостійної роботи.
- «незадовільно з можливістю повторного складання» / «не зараховано» FX – від 35 до 59 балів. Студент володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становлять незначну частину навчального матеріалу.
- «незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни» / «не зараховано» F – від 0 до 34 балів. Студент не володіє навчальним матеріалом.

ТАБЛИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ЗАГАЛЬНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ЗА РІЗНИМИ ШКАЛАМИ

100-бальною шкалою	Шкала за ECTS	За національною шкалою	
		екзамен	залік

90-100	A	Відмінно	Зараховано
82-89	B	Добре	
74-81	C		
64-73	D	Задовільно	
60-63	E		
35-59	Fx	Незадовільно	Не зараховано
1-34	F		

ДОТРИМАННЯ ВИМОГ АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Викладання та засвоєння навчальної дисципліни передбачає неухильне дотримання вимог академічної доброчесності, яка регулюється Законом України “Про освіту” (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2014, № 37-38, ст.2004), «Методичними рекомендаціями для закладів вищої освіти з підтримки принципів академічної доброчесності» (Лист МОН № 1/9-650 від 23.10.18 року), іншими нормативними документами. Зокрема, основні засади дотримання академічної доброчесності визначено у «Положенні про академічну доброчесність у Міжнародному гуманітарному університеті», «Кодексі академічної доброчесності Міжнародного гуманітарного університету» та «Інструкції щодо процедури технічної перевірки на наявність текстових запозичень (академічного плагіату)», затвердженій наказом МГУ від 03.05.2024 р., № 708а.

Відповідно до ст.42 Закону України “Про освіту” академічна доброчесність - це сукупність етичних принципів та визначених законом правил, якими мають керуватися учасники освітнього процесу під час навчання, викладання та провадження наукової (творчої) діяльності з метою забезпечення довіри до результатів навчання та/або наукових (творчих) досягнень.

Дотримання академічної доброчесності передбачає:

- самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей);
- посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;
- дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права;
- надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ОСНОВНА

1. Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності України». Відомості ВР, 2012, № 19-20, ст. 166. Розпорядження КМУ «Про схвалення Концепції реформування державної політики в інноваційній сфері» від 10 вересня 2012 р. № 691-р.– URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/691-2012-%D1%80>.
2. Бишовець, Л. Г., Куракін, О. Б., Крижанівський, А. І. Інноваційні технології обслуговування в сучасному ресторанному бізнесі. Харків: Новий курс, 2020. с.53-58.
3. Півоваров О. А. Інноваційний інжиніринг в окремих галузях харчового виробництва / О. А. Півоваров, О. С. Ковальова, В. С. Кошулько. – Дніпро: ФОП Обдимко О.С., 2022. – 407 с. – URL: <https://dspace.dsau.dp.ua/handle/123456789/7380>.
4. Ресторанна справа: Практикум: навчальний посібник / О. В. Дишкантюк, А.В.Марковська. Одеса : Олді+, 2022. 248с
5. Дишкантюк О.В., Власюк К.В.,Марковська А.В. Інноваційні технології штучного інтелекту в ресторанному бізнесі: Acta Academiae Beregsasiensis: Geographica et Recreatio2(2024),50-57
6. Дишкантюк О.В., Власюк К.В., Тітомир Л.А., Жмудь А.В., (2024) ІННОВАЦІЇ В РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ: АДАПТАЦІЯ ТЕХНОЛОГІЙ ХАРЧУВАННЯ ДО СУЧАСНИХ ВИМОГ СТАЛОГО РОЗВИТКУ. Інновації та технології в сфері послуг і харчування, (№ 1(10)).
7. Дишкантюк О.В., Власюк К.В., Тітомир Л.А., Жмудь А.В., (2023) НАУКОВІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННИХ ТЕХНОЛОГІЙ: ВПЛИВ НА БЕЗПЕКУ ТА ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Технічні науки, (36).
8. Дишкантюк О. В., Коваленко Л. М. Управління якістю послуг як важливий фактор підвищення конкурентоспроможності підприємств індустрії гостинності/ Управління змінами та інновації. 2023. № 6. С. 38-43.
9. Грищенко, С.В., Псарьов, І.С. Еволюція ресторанних закладів в Україні. Економіко-правові та управлінсько- технологічні виміри сьогодення: молодіжний погляд: матеріали міжнародної науково-практичної конференції: у 2 т.–Т. 2.–Дніпро: Університет митної справи та фінансів, 2021. с.524.

ДОДАТКОВА

- 1.Андрєєва, С., & Гринченко, О. Сучасні формати закладів ресторанного господарства. Scientific Collection «InterConf», 2022. (124), с.166-172.

2. Дишкантюк О., Потьомкін Л., Марковська А. Концептуальні ресторани міста Одеси як складники гостинності та туристичного ринку південного регіону України. Збірник наукових праць ЛОГОС. 2021. 57-60.