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

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

методичні вказівки до практичних занять

Галузь знань	J Транспорт та послуги
Спеціальність	J2 Готельно-ресторанна справа та кейтеринг
Назва освітньої програми	Готельно-ресторанна справа та кейтеринг
Рівень вищої освіти	другий (магістерський) рівень

Одеса - 2025 рік

Інноваційні технології в ресторанному бізнесі : методичні вказівки до практичних занять [Електронне видання] / О.В.Дишкантюк. Одеса : МГУ, 2025. 33с

Матеріали 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»

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. ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ 6
3. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА 33

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

<table>
<tr><th rowspan="2">Найменування показників</th><th rowspan="2">Галузь знань, спеціальність, освітньо-кваліфікаційний рівень</th><th colspan="2">Характеристика навчальної дисципліни</th></tr>
<tr><th>денна форма навчання</th><th>заочна форма навчання</th></tr>
<tr><td rowspan="2">Кількість кредитів – 3

Загальна кількість годин – 90</td><td>24 «Сфера обслуговування»</td><td colspan="2">обов’язкова</td></tr>
<tr><td rowspan="11">Спеціальність – 241 Готельно-ресторанна справа

Рівень вищої освіти – другий (магістерський) рівень</td><td colspan="2">Рік підготовки:</td></tr>
<tr><td colspan="2">1-й</td></tr>
<tr><td colspan="2">Семестр</td></tr>
<tr><td>1-й</td><td>1-й</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лекції</td></tr>
<tr><td>26 год.</td><td>10 год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Практичні, семінарські</td></tr>
<tr><td>26 год.</td><td>10 год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лабораторні</td></tr>
<tr><td>-</td><td>-</td></tr>
<tr><td colspan="2">Самостійна робота та індивідуальні завдання</td></tr>
<tr><td>128 год.</td><td>160год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Вид контролю:</td></tr>
<tr><td>екзамен</td><td>екзамен</td></tr>
</table>

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

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.*

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 "аутсайдери"*.
   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);**
- **Дегідратація, 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 постачань (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 — *Сільпо 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.
- *Сільпо 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 вправа).**
   На основі умовних даних (10 клієнтів, різна кількість покупок і суми чеків) провести ABC-аналіз, визначивши «основних» споживачів (категорія A).
   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, Vapiano, 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 архітектоніка, 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. **Проєктування 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 вечері, 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, гастрошкола, 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 ресторанних 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:

   $E=(Q1−Q2)×TE = (Q_1 - Q_2) \times TE=(Q1−Q2)×T$

   де Q_1 – витрати енергії до впровадження, Q_2 – після, T – тариф.

4. **Розроблення міні-проєкту “Енергоефективний ресторан”.**
   Розробити ескіз концепції кафе або їдальні університету, де передбачити:
   - використання smart-технологій (датчики, автоматизація);
   - архітектурні рішення;
   - 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 (AHP), 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;
- упровадження 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 (AHP). 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 BI-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).

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 ΛΌГОΣ. 2021. 57-60.