



Co-funded by
the European Union



ERASMUS-EDU-2023-CB-VET
Project "CB-VET plus"
No. 101129249



Модернізація ресторанної сфери в контексті сучасних європейських трендів



УДК 005.33, 338.48, 664

Модернізація ресторанної сфери в контексті сучасних європейських трендів [Електронний ресурс] : навч. посіб / укладачі І.Савченко, В. Кавара, О. Ройко, Л. Стешенко, О. Ройко. 2025.- 106 с

Модернізація ресторанної сфери в контексті сучасних європейських трендів

Укладачі: к.г.н. Ірина Савченко, Вікторія Кавара, к.т.н. Ольга Ройко, к.е.н. Леся Стешенко, к.т.н. Олександр Ройко.

Переклад глосарію здійснено: Вікторією Власенко, Оксаною Харковською, Тетяною Андрусь, Катериною Чуй

У навчальному посібнику розглянуто особливості екологізації закладів ресторанного господарства; сталості розвитку та функціонування еко-ресторанів в Україні; питання автоматизації бізнес-процесів в ресторанах та застосування цифрових технологій просування закладів ресторанного господарства. Інструментарій містить кейси, практичні та ситуаційні завдання, глосарій.

Навчальний посібник призначений для: здобувачів освіти професійно-технічних закладів, закладів фахової передвищої освіти та вищих навчальних закладів, які вивчають готельний та ресторанний бізнес, туризм, менеджмент та суміжні спеціальності; викладачів та науковців, які працюють у сфері гостинності та прагнуть інтегрувати сучасні європейські тренди в освітній процес. Інструментарій розроблено в рамках Міжнародного проекту №101129249 — CB-VET plus — ERASMUS-EDU-2023-CB-VET

© 2025. Всі права захищено.

Усі зображення, представлені у цьому посібнику, є інтелектуальною власністю їх авторів та використовуються згідно з умовами ліцензування. Кожне зображення супроводжується належним посиланням на автора або джерело. Зображення обкладинки надані Freerik.com, їх використання регулюється умовами ліцензії Freerik.



Зміст

Зміст.....	3
Анотація	4
Annotation	5
Опис проекту, мета та завдання проекту	6
Опис партнерів проекту	8
Мета та завдання посібника	10
Опис цільової аудиторії для посібника та результатів навчання, очікувані результати після прочитання посібника	12
Вступ	13
Тема 1. Екологізація підприємств ресторанної сфери.....	15
Особливості екологізації закладів ресторанного господарства	15
Безвідходне виробництво у ресторанах	22
Тема 2. Розвиток закладів ресторанного господарства України на сучасному етапі.....	37
Сучасні форми закладів ресторанного господарства в Україні	37
Особливості розвитку та функціонування еко-ресторанів в Україні.....	48
Тема 3. Особливості діджиталізації закладів ресторанного господарства	59
Автоматизація бізнес-процесів в ресторанах.....	59
Імерсивні технології в ресторанному бізнесі	62
Застосування цифрових технологій просування закладів ресторанного господарства.....	70
Висновки	83
Глосарій	85
Glossary	89
Glossar.....	92
Glosariusz	96
Glosár	100
Список джерел	104

Анотація

Цей посібник присвячений актуальним аспектам розвитку підприємств ресторанного господарства з урахуванням сучасних викликів екологізації та діджиталізації. У ній досліджуються ключові теми, пов'язані з трансформацією ресторанного бізнесу в умовах зростання попиту на екологічну відповідальність та впровадження новітніх технологій. Розглядаються особливості впровадження екологічних принципів у діяльність закладів ресторанного господарства, включаючи безвідходне виробництво як одну з найважливіших складових сталого розвитку. Аналізуються сучасні формати закладів в Україні, їхні специфічні риси та тенденції. Окрема увага приділена функціонуванню еко-ресторанів, які поступово стають важливим елементом ресторанного ринку. Описуються процеси автоматизації бізнес-процесів у ресторанній сфері, використання імерсивних технологій (віртуальної та доповненої реальності), а також цифрові інструменти для просування закладів на ринку. Посібник стане корисним для фахівців ресторанного господарства, викладачів і студентів профільних навчальних закладів, а також для тих, хто цікавиться сучасними тенденціями розвитку ресторанного бізнесу в Україні та світі.

Інструментарій розроблено та укладено групою викладачів Відокремленого структурного підрозділу «Волинський фаховий коледж Національного університету харчових технологій»: Іриною Савченко, Вікторією Каварою, Ольгою Ройко, Лесею Стешенко, Олександром Ройком.



Annotation

This toolkit is dedicated to the relevant aspects of the development of restaurant business enterprises, considering the current challenges of environmentalisation and digitalisation. It explores key topics related to the transformation of the restaurant business in the context of the growing demand for environmental responsibility and the introduction of the latest technologies. The features of the implementation of green principles in the activities of restaurant business establishments, including waste-free production as one of the most essential components of sustainable development, are considered. Modern formats of establishments in Ukraine, their specific features, and trends are analysed. Special attention is paid to the functioning of eco-restaurants, which are gradually becoming an essential element of the restaurant market. The book describes the processes of automating business processes in the restaurant sector and using immersive technologies (virtual and augmented reality) as digital tools for promoting establishments on the market. The toolkit will be useful for restaurant professionals, teachers and students of vocational educational institutions, and those interested in current trends in the development of the restaurant business in Ukraine and the world.

The toolkit was developed and compiled by a group of teachers from the Volyn Professional College of the National University of Food Technologies: Iryna Savchenko, Victoria Kavara, Olga Roiko, Lesia Steshenko, and Oleksandr Roiko.

Опис проекту, мета та завдання проекту

Проект міжнародної технічної допомоги «Горизонтальна розбудова потенціалу професійної освіти для інтернаціоналізації та модернізації, включаючи інновації, цифровізацію та стійкість, шляхом передачі методології та обміну кращими практиками» № 101129249 — CB-VET plus — ERASMUS-EDU-2023-CB-VET (Грантова Угода № 101129249 — CB-VET plus)(«Horizontal VET Capacity Building for internationalisation and modernisation including innovation, digitalisation and sustainability by methodology transfer and exchange of good practices»).

Проект реалізується за підтримки Програми Європейського Союзу Еразмус+ і спрямований на розбудову спроможності та сприяння інтернаціоналізації та модернізації постачальників профтехосвіти (ПТО) західного регіону України, Латвії та Італії для зміцнення приватно-державного співробітництва, покращення якості та чутливості ПТО до економічних і соціальних змін, узгодження ПТО з місцевими потребами, регіональними та національними стратегіями розвитку у сферах професійного розвитку вчителів та майстрів ПТО, інновації у ПТО та розвиток зелених і цифрових навичок у зацікавлених сторін проекту шляхом передачі методології через практичні тренінги двома досвідченими європейськими провайдерами ПТО.

Фінансується Європейським Союзом. Однак висловлені погляди та думки належать виключно автору (авторам) і не обов'язково відображають погляди та думки Європейського Союзу чи Європейського виконавчого агентства з освіти та культури. Ні Європейський Союз, ні Європейське виконавче агентство з освіти та культури не можуть нести за них відповідальності.

Funded by the European Union. However, the views and opinions expressed are solely those of the author(s) and do not necessarily reflect the views and opinions of the European Union or the European Education and Culture



Co-funded by
the European Union



ERASMUS-EDU-2023-CB-VET
Project "CB-VET plus"
No. 101129249

Executive Agency. Neither the European Union nor the European Education and Culture Executive Agency can be held responsible for them.

Опис партнерів проекту

Проект об'єднує чотирьох партнерів: Коледж готельного менеджменту HOTEL SCHOOL (Латвія, Рига), Італійську школу гостинності (Італія, Рим), Волинський фаховий коледж Національного університету харчових технологій (Україна, Луцьк) та Центр професійної освіти Дон Боско (Україна, Львів).

Ризький Коледж готельного менеджменту «HOTEL SCHOOL» - приватний вищий навчальний заклад, акредитований в Латвії відповідно до стандартів і рекомендацій щодо забезпечення якості в європейському просторі вищої освіти. Коледж отримав Хартію Еразмус, а також акредитацію Еразмус у секторах ПТО та Освіти дорослих. Крім того, Ризький Коледж готельного менеджменту «HOTEL SCHOOL» має статус затвердженого центру ВТЕС, що дозволяє коледжу надавати кваліфікації професійно-технічної (рівень 3-4) та професійної вищої освіти (рівень 5) відповідно до регульованої системи кваліфікацій Великої Британії. Коледж готельного менеджменту «HOTEL SCHOOL» в Ризі має сучасні технологічно розвинені приміщення та обладнання, а також високомотивовану команду викладачів і дослідників з великим досвідом роботи в галузі освіти, гостинності та туризму. Коледж фокусується на цифрових інноваціях у галузі (комп'ютерне моделювання, новітнє програмне забезпечення та хмарні технології для туризму та гостинності) та навчанні (цифрові бібліотеки та бази даних, віртуальні освітні простори та цифрові навчальні інструменти тощо), впроваджуючи їх на всіх рівнях освіти та навчання - професійно-технічному, вищому та дорослому.

Італійська школа гостинності в Римі - це приватний навчальний заклад, який надає професійну додаткову освіту в галузі туризму та гостинності, що регулюється владою регіону Лаціо. Заклад розташований у місті Рим і співпрацює з багатьма місцевими готелями та ресторанами, в тому числі з підприємствами рівня Мішлен. Протягом багатьох років, Італійська школа гостинності в Римі була приймаючою організацією для студентів та працівників ПТО з Латвії та інших країн ЄС, пропонуючи стажування та працевлаштування на високому рівні в галузі туризму та гостинності. Викладачі та тренери Італійської школи гостинності в Римі

пропагують усвідомлене приготування та споживання їжі, (майже) безвідходний підхід та інші сталі практики в сучасній гастрономії, організуючи кулінарні тренінги та інші навчальні заходи. З 2022 року викладачі та дослідники Італійської школи гостинності беруть активну участь у гейміфікації туристичних послуг, особливо в гейміфікації культурної спадщини в освітніх цілях.

Волинський фаховий коледж Національного університету харчових технологій у Луцьку - державний заклад фахової передвищої та професійно-технічної освіти в Україні. В організаційній структурі коледжу є відділення туризму та готельної-ресторанної справи, харчових технологій, інформатики та комп'ютерної техніки, які здійснюють проектну діяльність. Здобувачам освіти пропонується розробляти проекти нових туристичних продуктів та продуктів гостинності на території Волинської області в контексті сталого розвитку; залучення до прикладних досліджень із використанням цифрових інструментів; впровадження «Зелених практик» та екологічних методів ведення ресторанної діяльності, застосування QR – кодування як елементу діджиталізації ресторанного бізнесу тощо. Освітній процес підготовки здобувачів освіти відповідно до сучасних вимог розвитку суспільства базується на застосуванні новітніх технологій, візуалізації інформації, використанні проблемних, інтерактивних, проектних, інформаційно-комунікативних та інтегративних технологій навчання.

Центр професійної освіти «Дон Боско» у Львові - це приватний навчальний заклад, який пропонує акредитовані професійні програми у різних галузях, у тому числі й кулінарному мистецтві.



Мета та завдання посібника

Метою цього посібника є надання систематизованих знань та практичних рекомендацій щодо екологізації, сучасних форматів розвитку та діджиталізації закладів ресторанного господарства. Він спрямований на підготовку фахівців, здатних ефективно застосовувати екологічні й цифрові інновації у своїй професійній діяльності, а також адаптуватися до сучасних викликів і тенденцій ресторанного ринку. Завдання посібника є:

- ◆ ознайомити читачів з основними особливостями екологічного підходу до організації роботи ресторанів;
- ◆ розглянути концепцію безвідходного виробництва як важливу складову сталого розвитку;
- ◆ запропонувати рішення щодо зменшення екологічного сліду закладів ресторанного господарства;
- ◆ висвітлити особливості функціонування сучасних типів ресторанів в Україні, зокрема еко-ресторанів;
- ◆ продемонструвати переваги використання локальних продуктів, органічного підходу та принципів сталого споживання;
- ◆ описати переваги автоматизації бізнес-процесів для підвищення ефективності роботи ресторанів;
- ◆ ознайомити читачів з імерсивними технологіями (віртуальна та доповнена реальність) та їх використанням у ресторанній сфері;
- ◆ розкрити інструменти цифрового просування, такі як CRM-системи, соціальні мережі та онлайн-реклама, для залучення клієнтів і підвищення конкурентоспроможності;
- ◆ допомогти читачам адаптувати бізнес до вимог сучасного споживача.



Цей посібник сприятиме формуванню цілісного уявлення про екологічні, організаційні та цифрові аспекти ресторанного бізнесу, забезпечуючи ґрунтовну теоретичну підготовку і практичні інструменти для подальшого професійного розвитку.



Опис цільової аудиторії для посібника та результатів навчання, очікувані результати після прочитання посібника

Цей посібник розроблений для: студентів і викладачів закладів вищої освіти, які спеціалізуються на ресторанному господарстві, готельно-ресторанному бізнесі, екології та менеджменті; керівників і менеджерів закладів ресторанного господарства, які прагнуть модернізувати свій бізнес відповідно до сучасних екологічних і технологічних тенденцій; інвесторів і підприємців, які планують відкривати або реформувати заклади ресторанного господарства з урахуванням екологічних і діджиталізованих підходів.

Після вивчення посібника читачі зможуть: застосовувати принципи екологічного підходу в управлінні закладами ресторанного господарства; впроваджувати практики безвідходного виробництва для зменшення екологічного сліду; орієнтуватися в сучасних тенденціях ресторанного господарства; визначати переваги і виклики еко-ресторанів у контексті ринку; розвивати заклади із використанням діджитал-рішень; планувати та реалізовувати стратегії цифрового просування закладу.

Очікувані результати після прочитання посібника: читачі отримають систематизовані знання про екологічні, організаційні та цифрові аспекти ресторанного бізнесу; розвинуть практичні навички у впровадженні екологічних і технологічних інновацій; стануть більш підготовленими до викликів сучасного ринку ресторанних послуг, орієнтуючись на сталість та цифрову трансформацію.

Вступ

Сучасний ресторанний бізнес є однією з найдинамічніших і найбільш конкурентоспроможних галузей економіки, що постійно зазнає впливу нових тенденцій та викликів. У XXI столітті одними з найважливіших напрямів його розвитку стали екологізація, впровадження сталих принципів у діяльність підприємств та діджиталізація. Ці процеси дозволяють закладам ресторанного господарства не лише підвищувати ефективність і якість обслуговування, а й відповідати запитам суспільства, яке дедалі більше орієнтується на екологічну свідомість і цифрові інновації.

Екологізація закладів ресторанного господарства передбачає впровадження практик, які мінімізують негативний вплив на довкілля. Це стосується використання органічних продуктів, запровадження безвідходного виробництва, енергоефективних технологій і сталого управління ресурсами. Водночас еко-ресторани, як новий формат, стають популярними серед клієнтів, адже поєднують якісне харчування з турботою про довкілля.

Паралельно з екологізацією ресторанний бізнес стрімко діджиталізується. Автоматизація бізнес-процесів, застосування імерсивних технологій, цифрові інструменти маркетингу та просування — це лише деякі з аспектів, які трансформують традиційний підхід до управління ресторанами. Такі інновації дозволяють закладам не лише оптимізувати роботу, а й краще взаємодіяти з клієнтами, забезпечуючи їм унікальний досвід.

Цей посібник створений для того, щоб розкрити основні аспекти екологізації, сучасних тенденцій розвитку та діджиталізації підприємств ресторанного господарства. Він стане корисним для студентів, викладачів, керівників ресторанів та всіх, хто цікавиться сучасними підходами до організації діяльності закладів громадського харчування.

Посібник складається з трьох основних розділів. Перший розділ присвячено екологізації ресторанного господарства, розгляду принципів безвідходного виробництва та впровадження екологічно відповідальних підходів. Другий розділ зосереджується на розвитку сучасних форматів закладів в Україні, включаючи еко-ресторани, які стають важливим се-

гментом ринку. Третій розділ аналізує особливості діджиталізації ресторанного бізнесу, висвітлюючи переваги автоматизації, імерсивних технологій та цифрових стратегій просування.

Сподіваємося, що цей посібник допоможе читачам здобути актуальні знання, розвинути професійні навички та знайти нові ідеї для вдосконалення ресторанного бізнесу у відповідності до сучасних викликів та тенденцій.

Тема 1. Екологізація підприємств ресторанної сфери

Особливості екологізації закладів ресторанного господарства

В умовах погіршення екологічного становища у світі, усе популярнішими стають питання поліпшення якості життя і якості продуктів харчування. Актуальними стають продукти, послуги та стиль життя з префіксом «еко-», а процес надання такого роду послуг і виробництва даних товарів прийнято називати «екологізацією».

У теоретичному аспекті екологізацію суспільного розвитку слід розглядати як концепцію екологічно прийняттого розвитку, яка забезпечує гармонійне поєднання створюваного цивілізованого середовища життєдіяльності людини та збереження якості довкілля як для нинішнього, так і для майбутніх поколінь. Йдеться також про поліпшення якості довкілля та екологічних умов життя людини як значущих чинників розвитку людського потенціалу.

Досягнення поставленої мети можливе на основі переходу до екологічно орієнтованої моделі розвитку всіх сфер діяльності людини. Дані останніх опитувань показують, що споживачі готові платити більше за «зелену» їжу, при цьому 7 із 10 споживачів зазначають, що вони «дуже зацікавлені» в ресторанах, які намагаються захистити довкілля.

Розуміння екологічної спрямованості може мати різні прояви. Найчастіше під екологічністю у ресторанах прийнято розуміти використання під час приготування страв екологічно чистих (органічних) продуктів. Але екологічність або в цілому екологічна спрямованість ресторанного закладу є поняттям набагато ширшим, ніж просто формування меню з органічними продуктами. Під екологізацією підприємств ресторанної сфери є запровадження заходів щодо максимального використання

екологічно чистих і природних ресурсів та запобігання негативним впливам виробничих процесів ресторанної сфери на довкілля.

Мода на «еко» й «органіку» швидко зростає в Північній Америці, Австралії та Західній Європі. У США більше 40 % населення вибирають органічні продукти. Цінова політика органічних товарів вище середнього, тому ці продукти переважно користуються попитом у людей з високим рівнем життя. Вегетаріанці, вегани та сиріоди перевагу надають саме цим продуктам. Люди, які вибирають екологічні продукти, дбають про своє здоров'я і піклуються про майбутнє планети. Для таких людей дуже важлива упаковка цих продуктів, оскільки для пакування використовуються здебільшого натуральні матеріали (Мироненко, 2011).



Джерело: <https://lutsk.bestrest.com.ua/ua/info-Lisovyy-Eko-restoran-Yavir-Yavir>

Екологізація закладів ресторанної сфери - це частина:

- ◆ екологічної культури (складова частина світової культури, якій властиве глибоке та загальне усвідомлення важливості сучасних екологічних проблем у житті та майбутньому розвитку людства / напрям людської діяльності та мислення, від якого істотно залежать природне існування сучасної цивілізації, її сталий розвиток);
- ◆ екологічного менеджменту (складова частина системи менеджменту організації, що реалізує завдання підтримки конкурентоспроможності організації, яке ставиться екологічними аспектами її діяльності);
- ◆ екологічної безпеки (такий стан навколишнього природного середовища, за якого забезпечується попередження погіршення екологічної обстановки та виникнення небезпеки для здоров'я людей) та екологічної відповідальності (зобов'язання оператора вжити заходи щодо запобігання настанню екологічної шкоди чи ліквідації наслідків екологічної шкоди для відновлення природних ресурсів до вихідного стану,

що існував до її заповдіання, та покриття ним витрат на проведені заходи.

У системі екологізації закладів ресторанної сфери виокремлюється зовнішній та внутрішній рівні реалізації. Внутрішніми складовими екологізації ресторанного господарства є:

1. використання для приготування страв екологічно чистих продуктів харчування;
2. екологічність у дизайні інтер'єру;
3. система управління на засадах екологічного менеджменту;
4. екологічна відповідальність за використання й утилізацію ресурсів і збереження території розміщення (Паньків, 2023).



Джерело: <https://lutsk.bestrest.com.ua/ua/info-Lisovyv-Eko-restoran-Yavir-Yavir>

Екологічність продуктів харчування – глобальна проблема, яка пов'язана не лише зі здоров'ям людини, але й має великий вплив на економіку країни. Якість вживаних продуктів впливає на демографічні показники та соціальну активність людей. Вживання екологічно чистих продуктів – це не данина моді, а, насамперед, питання збереження здоров'я. Екологічні продукти харчування – ті, що вирощені на

чистій території, а під час їх переробки не застосовувалися хімічно-синтезовані допоміжні речовини (добрива, пестициди, технологічні добавки), іонізуюча радіація, регулятори та стимулятори росту, генетично модифіковані організми, антибіотики, гормони, консерванти, штучні ароматизатори, хімічні барвники.

Чиста продукція – це продукція, отримана в результаті сертифікованого органічного виробництва, на всіх етапах якого застосовуються природні речовини та процеси з метою збереження природних ресурсів, захисту навколишнього середовища та підвищення рівня біологічного різноманіття.

Екологічний дизайн (еко-дизайн або біофільний дизайн) відображає прагнення людини максимально наблизити місце відпочинку до природних умов. Створення екологічного інтер'єру дозволяє його відвідувачам відчувати єднання з природою, відчувати гармонію навколишнього світу, відпочити від метушні міського життя, роботи. Широке використання рослин чи зелені покращують загальну якість повітря та сприяють зменшенню зовнішнього шуму; використання деревини в інтер'єрах знижує рівень стресу, знижує артеріальний тиск.

Загалом біофільний дизайн позитивно впливає на здоров'я та сприяє оздоровленню гостей. Про екологічний стиль в інтер'єрі заговорили тоді, коли прийшов час заносити в «Червону книгу» не окремих представників флори та фауни, а всю природу в цілому. Дизайн, створений не людиною, а самою природою – так можна описати екостиль в інтер'єрі. Натуральні матеріали, тепла комфортна палітра кольорів землі, піску та кори, прості затишні дерев'яні меблі з виразною грою ліній на спилі дошки, грубувато-льняний текстиль, що вирізняється нерівністю нитки, витканої в рогожі – ось із чого складається вишукана простота інтер'єру екологічного стилю.

Екологічний менеджмент допомагає вирішувати екологічні проблеми, пов'язані з наданням послуг, виробництвом продукції в різних сферах діяльності відповідно до обраних підприємством цілей та напрямів розвитку. Підприємство, впроваджуючи екологічний менеджмент, систематично приділяє увагу екологічним проблемам, що виникають у результаті його діяльності, та безперервно працює над удосконаленням своєї діяльності, пов'язаної з впливом на довкілля (виробничі процеси, послуги та продукти). Тобто в організації, яка постійно пов'язана з екологічною проблематикою, екологічні аспекти стають частиною управління, створюється система екологічного менеджменту.



Джерело: <https://es.pinterest.com/gomomod/r-swiss-chard/>

Екологічний менеджмент поширюється, наприклад, на організаційну структуру, планування, розподіл відповідальності й обов'язків, на застосування процедур і використання необхідних для впровадження екологічних заходів і планів ресурсів, на оцінку виконання та коригування рішень менеджменту.

Екологічна відповідальність у використанні та утилізації ресурсів. В Україні за рік вивозиться на сміттєзвалища більше 10 млн т відходів і лише близько 6,0 % утилізується або переробляється. Понад 7 % території України, близько 160 тис. гектарів, займають сміттєзвалища, практично це територія європейської держави Данії. Три тисячі переповнених сміттєвих полігонів і десятки тисяч нелегальних смітників становлять небезпеку для природи та людей. В Україні не створені достатні умови для сортування і переробки сміття. 80 % побутового сміття займає тара й упаковка, що утворює на полігонах і звалищах цілі гори. В Україні на одного мешканця щорічно припадає понад 500 поліетиленових пакетів, за одну хвилину у світі їх використовується 10 млн, період розкладання одного становить майже 100 років (Табенська, 2019).

Світовий океан топиться в поліетилені, існують плаваючі острови з них, і до 2059 року, за твердженнями фахівців ООН, пластику в ньому буде більше, ніж риби. У світі почали відходити від використання пластику, 33 країни повністю заборонили його використання та обіг, ще 53 країни ввели часткову заборону та податок на пакети. Під заборону не потрапляють біорозчинні пакети, що розкладаються приблизно за два роки та не завдають шкоди довкіллю. Стаття 32 Закону України «Про відходи» забороняє захоронення неперероблених побутових відходів, що підлягають вторинній переробці (скло, папір, дерево, полімери).

Зовнішніми складовими екологізації ресторанного закладу є такі:

1. можливість поєднання в єдиному ансамблі ресторанного закладу з природним середовищем, в якому він розташований;
2. використання відновлюваних джерел енергії;
3. зменшення негативного впливу на навколишнє середовище регіону розміщення;

4. розвиток та організація діяльності ресторанного закладу відповідно до норм сталого розвитку.

Можливість поєднання в єдиному ансамблі ресторанного закладу з природним середовищем, в якому він розташований передбачає організацію продуманого інтегрованого ансамблю функціонального та беззаперечного зв'язку між будівлею та навколишнім ландшафтом. Найкращими прикладами такого виконання є практика організації будівлі ресторану в гроті скелі, під водою, можливість побудувати приміщення або облаштувати прилеглу територію ресторану так, щоб зберегти дерева й усю рослинність території. Зазвичай ресторани подібного формату користуються високою популярністю, адже практично не мають аналогів у зв'язку з унікальністю кожного природного об'єкта-основи.



Джерело: <https://agrovinn.com/ua/udobrenie-mineralnoe-organicheskoe/>

Використання відновлюваних джерел енергії є одним із головних завдань стратегічного розвитку будь-якої країни. Досягнення відповідного рівня енергетичної безпеки може бути лише за широкого освоєння відновлюваних джерел енергії та зменшення викидів у навколишнє природне середовище. Популяризація та можливість широкого використання відновлюваних джерел енергії повинно стосуватися усіх сфер і галузей економіки. Зовсім

нескладним (у технічному плані) є, наприклад, розміщення панелей сонячних батарей на даху ресторану. Такий підхід буде не лише кроком до економії енергоносіїв, але й хорошим маркетинговим кроком демонстрації відвідувачам – як постійним, так і потенційним – екологічного спрямування закладу. Побуває думка про те, що ресторани – одні з найбільших споживачів електроенергії у сфері послуг, тому варто також подбати про максимально можливий рівень енергозбереження електроприладів і будівельних матеріалів.

Зменшення негативного впливу на навколишнє середовище регіону розміщення цілком лежить у площині реалізації одразу двох вимірів внутрішнього рівня екологізації закладів ресторанної сфери. Зокрема йдеться про екологічну відповідальність під час використання та утилізації ресурсів та екологічний менеджмент.

Зменшити навантаження на середовище розміщення ресторану можна також за допомогою:

- ◆ ефективного використання води (налаштування системи водозабору та повторного використання);
- ◆ використання посудомийних машин з високим рівнем енергозбереження;
- ◆ де можливо – встановлення кранів із низьким потоком води);
- ◆ зменшення відходів (формування компосту із залишків їжі або передача залишків непроданої їжі у притулки);
- ◆ вдаватися до здачі сировини для вторинної переробки – цей крок безпосередньо пов'язаний із заходами попереднього сортування на внутрішньому рівні);
- ◆ прикладами більш високого рівня організації безпечної та прогресивної взаємодії з довкіллям є активне використання працівниками велосипедів як засобу пересування та як способу доставки їжі;
- ◆ встановлення альтернативної заправної станції на території/поблизу ресторану (Полторай, 2023).

Розвиток та організація діяльності ресторанного закладу відповідно до норм сталого розвитку. Стратегія сталого розвитку є однією із ключових і пріоритетних в усіх галузях промисловості, народного господарства й економіки. Її принципи й основні положення спрямовані на досягнення гармонії між підвищенням економічних показників, стабільністю в соціальній сфері й охороною довкілля. Збереження природних ресурсів, підтримка їх сталості та перехід до ресурсозберігаючих, енергоефективних технологій є чи не одним із ключових завдань на порядку денному.

Безвідходне виробництво у ресторанах

Впровадження інноваційних практик безвідходного виробництва в ресторанному бізнесі – це не тільки відповідальний крок у напрямку сталого розвитку, але і конкурентна перевага. Ресторани, які обирають цей шлях, сприяють збереженню природи та приваблюють відвідувачів, які цінують екологічну свідомість. Сталість – ключовий компонент успішного бізнесу у XXI столітті, тому впровадження інноваційних рішень у сфері безвідходного виробництва – це крок в найбільш ефективно та етично майбутнє.

В сучасному світі, де сталість стає необхідністю, ресторани мають великий потенціал стати лідерами в безвідходному виробництві. Інноваційні практики дозволяють їм не лише зменшити екологічний слід, але і створити унікальні, екологічно чисті та ексклюзивні страви, завдяки креативному підходу до використання продуктів та оптимізації виробничих процесів.

Впровадження інноваційних практик безвідходного виробництва може бути викликом, але воно варте зусиль для збереження планети та привертання уваги свідомих відвідувачів.



Джерело: <https://fact-news.com.ua/svyatkova-kulinariya-nezabutni-retsepti-dlya-osoblivix-vipadkiv/>

Зростання кількості харчових відходів у ресторанах підриває екологічну стійкість глобального сектору надання послуг харчування. Проблема харчових відходів у ресторанах викликає особливе занепокоєння в країнах із перехідною економікою та економікою, що розвивається, де споживання їжі поза домом стає все більш популярною. У сфері ресторанного бізнесу в ЄС припадає 14% харчових відходів. Однак це не є центральною

сферою запобігання харчових відходів, оскільки країни ЄС в першу чер-

гу націлені на запобігання харчовим відходам у домогосподарствах та роздрібній торгівлі.

Ресторанний бізнес є однією з найбільш ресурсомістких галузей економіки. Щороку в ресторанах генерується значна кількість відходів, що негативно впливає на навколишнє середовище та економіку.



Джерело: <https://fact-news.com.ua/svyatkova-kulinariya-nezabutni-retsepti-dlya-osoblivix-vipadkiv/>

Тренд безвідходного виробництва набрав значних обертів. Щорічно проходять акції, які висвітлюють проблеми надмірного споживання, відкривають заклади ресторанного господарства, які максимально можливо працюють без відходів, що економічно вигідно і екологічно свідомо для країн.

Безвідходне виробництво – це підвищення соціальних, фінансових та екологічних переваг, які містять створення зелених робочих міст і зростання ринку матеріалів повторного використання. Отже, ця концепція підштовхує місцевий бізнес до розвитку, підвищує якість повітря і води, а також поліпшує

довкілля. Це важливе питання актуальне і для сфери гостинності, адже на харчові відходи припадає 8 % світових викидів парникових газів у світі (Седікова, 2019).

Популярність тенденції безвідходного виробництва заснована на статистиці, яка чітко показує, скільки їжі марнують щодня. Харчові відходи є найбільшою проблемою, яку спричинює ресторанний бізнес (50%). За оцінками, щороку в ресторанах світу викидається близько 1,3 мільярда тонн харчових відходів. Це становить близько третини всієї їжі, яка виробляється в світі. Харчові відходи є джерелом парникових газів, а також забруднюють навколишнє середовище.

Також ресторани використовують велику кількість упаковки, яка часто виготовляється з неперероблюваних матеріалів (25 %). Це також призводить до забруднення навколишнього середовища та ускладнює пе-



Джерело: <https://hmarochos.kiev.ua/2019/06/05/gid-najbilsh-druzhnimy-ta-inklyuzyvnymy-zakladamy-kyyeva-rezultaty-doslidzhennya/>

перобку відходів. Ресторани також споживають значну кількість води для приготування їжі, миття посуду та інших потреб, забруднюючи при цьому стічні води (15 %). Ресторани використовують транспорт для доставки страв. Це призводить до викидів парникових газів, які сприяють зміні клімату, а також витрачають багато електроенергії для приготування страв (10 %).

Безсмітництво, безвідходна технологія (англ. zerowaste - нуль відходів) - це філософія скорочення про-

дукування відходів, поряд з вторинним використанням та переробкою, покликана зменшити екологічне навантаження на планету. до зміни життєвих циклів ресурсів, так, що всі продукти використовуються повторно. Мета нуль-відходності: щоб сміття не потрапляло на смітники та сміттєспалювальні заводи, а мало життєвий цикл, аналогічний до повторного використання ресурсів в природі. «Zero waste» - це моральна, економічна, ефективна і далекоглядна ціль, спрямована на зміну способу життя людей та заохочення до створення стійких природних циклів, де всі надлишкові матеріали призначені для того, щоб стати ресурсами для інших.

Zero-waste перш за все означає уважне ставлення до природи. Зараз споживачі виявляють чималий інтерес до закладів харчування, які запроваджують безвідходне виробництво. Концепція zero-waste, дає практичні поради та вчить, як жити без сміття. Дотримання п'яти принципів концепції zero-waste показують нам, що ми маємо робити: відмовитись, скоротити, використати знову, переробити та компостирувати. І принцип "відмовся" стоїть на першому місці та є одним з головних. Дотримання цих простих на перший погляд принципів збережуть природні ресурси та зменшать навантаження на екосистему нашої планети.

Впроваджуючи безвідходні (Zero Waste) і кліматично дружні (Climate Friendly) рішення, заклад отримує економічні, екологічні і соціальні переваги. В тому числі:

- ◆ заощадження на транспортних витратах завдяки оптимізації логістики закупівель;
- ◆ економія за рахунок запобігання марнуванню їжі;
- ◆ скорочення витрат на закупівлю одноразової тари та посуду, пакування, і зменшення обсягу відходів;



Джерело: <https://hmarochos.kiev.ua/2019/06/05/gid-najbilsh-druzhnimy-ta-inklyuzyvnymy-zakladamy-kyyeva-rezultaty-doslidzhennya/>

- ◆ заощадження через скорочення кількості та частоти вивозу відходів;
- ◆ зменшення кліматичного сліду закладу;
- ◆ підвищення привабливості закладу для свідомих українських і міжнародних туристів;
- ◆ покращення інвестиційної привабливості;
- ◆ можливість своїми знаннями, вміннями, досвідом, професійними навичками зробити Україну більш екологічною вже сьогодні (Седікова, 2019).

Основні етапи впровадження безвідходного виробництва в ресторанах:

1. **Аудит відходів.** Перший крок до безвідходного виробництва - це детальний аналіз усіх видів відходів, які генерує ресторан. Аудит допомагає виявити джерела відходів та оцінити обсяги їх утворення. Основні заходи:
 - ◆ категоризація відходів - розподіл сміття на органічні, пластикові, паперові, скляні тощо;



- ◆ оцінка масштабів - визначення кількості кожного виду відходів за день, тиждень або місяць;
 - ◆ виявлення проблемних зон - аналіз процесів, які спричиняють найбільше втрат, наприклад, перевитрата інгредієнтів або надмірне використання упаковки. Результати аудиту дозволяють створити чіткий план дій для зменшення відходів.
- 2. Навчання персоналу.** Залучення працівників до процесу безвідходного виробництва є ключовим для його успіху. Навчання персоналу сприяє впровадженню нових стандартів роботи. Основні аспекти навчання:
- ◆ екологічна грамотність - роз'яснення важливості зменшення відходів для довкілля та бізнесу;
 - ◆ оптимізація робочих процесів - навчання з раціонального використання інгредієнтів і запобігання перевитратам;
 - ◆ сортування сміття - ознайомлення з правилами правильного сортування відходів для подальшої переробки. Регулярні тренінги допоможуть підтримувати високий рівень екологічної свідомості серед працівників.
- 3. Розробка меню.** Меню є основним інструментом у контролі за використанням продуктів. Його грамотна розробка дозволяє зменшити харчові залишки. Ключові підходи:
- ◆ меню з урахуванням сезонності - використання доступних сезонних продуктів, які є свіжими та менш затратними;
 - ◆ страви з універсальних інгредієнтів - включення до меню страв, які використовують однакові базові інгредієнти для зменшення залишків;
 - ◆ використання залишків - впровадження страв, які можна готувати із залишків інгредієнтів, наприклад, супів, салатів чи смузі. Меню, розроблене з урахуванням принципів безвідходності, допомагає мінімізувати втрати харчових ресурсів.



Джерело: <https://hmarochos.kiev.ua/2019/06/05/gid-najbilsh-druzhnimy-ta-inklyuzyvnymy-zakladamy-kyyeva-rezultaty-doslidzhennya/>

4. Використання технологій. Сучасні технології значно спрощують впровадження безвідходного виробництва. Інноваційні рішення дозволяють ефективно керувати відходами та оптимізувати роботу закладу. Технології для впровадження:

◆ Біореактори - устаткування для переробки органічних відходів у добрива або біогаз;

◆ системи обліку - спеціальні програми, які контролюють використання

продуктів і відслідковують залишки;

◆ енергоефективне обладнання - використання сучасного кухонного обладнання, яке споживає менше електроенергії. Використання таких рішень дозволяє не лише скоротити обсяги відходів, а й зменшити витрати на енергоресурси.



Джерело: <https://inhabitat.com/eos-bioreactor-uses-ai-and-algae-to-combat-climate-change/eos-bioreactor-3/>

5. Партнерство з екологічними ініціативами. Співпраця з організаціями, які займаються переробкою відходів або захистом довкілля, є важливою складовою безвідходного підходу. Напрями партнерства:

◆ передача органічних відходів - передавання залишків їжі для компостування чи на корм тваринам;

◆ утилізація матеріалів - підписання угод із компаніями, які займаються переробкою пластику, паперу або скла;

◆ участь у соціальних проєктах - організація акцій із висадки дерев або підтримки екологічних програм. Таке партнерство не лише сприяє зменшенню відходів, а й покращує імідж закладу серед клієнтів. Такі

підходи допомагають ресторанам стати активними учасниками екологічних ініціатив (Паньків, 2023).

Зниження використання упаковки також позитивно впливає на імідж закладу, привертаючи екосвідомих клієнтів. Саме тому, для вирішення екологічних проблем ресторанному бізнесу необхідно впроваджувати заходи, які будуть включати в себе безвідходне виробництво. Зменшення харчових відходів має багато позитивних екологічних і соціально-економічних наслідків. Незважаючи на те, що існує багато програм для зменшення кількості харчових відходів, ставлення та поведінка, що зумовлюють харчові відходи, а також стратегії їх зменшення залишаються недостатньо вивченими. В Україні лише 10 % ресторанів вимірюють кількість харчових відходів. Це означає, що більшість ресторанів в Україні не мають уявлення про те, скільки їжі вони викидають. Це є серйозною проблемою, оскільки харчові відходи є одним з основних джерел забруднення навколишнього середовища. Щороку в Україні викидається близько 3 мільйонів тонн харчових відходів. Це становить близько 10 % від загального обсягу сміття, яке викидається в Україні.

Ресторанний сектор є одним з основних джерел харчових відходів в Україні. За оцінками, щороку в ресторанах України викидається близько 200 тисяч тонн харчових відходів. Це становить близько 17 % від загальної кількості харчових відходів, які викидаються в Україні.

В Україні лише 5 % ресторанів використовують компостні баки для утилізації неїстівних харчових відходів. Це означає, що більшість ресторанів в Україні утилізують неїстівні харчові відходи разом з іншими відходами, що призводить до забруднення навколишнього середовища. Неїстівні харчові відходи, такі як лушпиння овочів, фруктів, кісточки, кістки, шкірка, можуть бути перероблені в компост, який є цінним органічним добривом. Компостування неїстівних харчових відходів є одним із ефективних способів зменшення кількості харчових відходів та захисту навколишнього середовища.

В Україні близько 70 % ресторанів віддають їстівні залишки працівникам ресторану. Це означає, що більшість ресторанів в Україні мають програми, які дозволяють працівникам ресторану безкоштовно брати їжу, яка залишилася після закривання ресторану. Програми, які дозволяють працівникам ресторану брати їжу, є важливим способом змен-

шення кількості харчових відходів. Вони допомагають зменшити кількість їжі, яка викидається, і забезпечують працівникам ресторану доступ до здорової та поживної їжі.

Близько 30 % ресторанів в Україні не жертвують їжу, яка все ще є їстівною, благодійним організаціям або іншим організаціям, які допомагають нужденним. Це відбувається через побоювання, що ресторани можуть бути притягнуті до відповідальності, якщо хтось захворіє після вживання пожертвованої їжі.

Однак в Україні, як правило, ресторани не несуть юридичної відповідальності за їжу, яку вони жертвують. Це тому, що діють закони, які захищають ресторани від відповідальності за їжу, яка пожертвована добровільно.

В Україні близько 50 % ресторанів викидали харчові відходи на звалища. Це означає, що більшість ресторанів в Україні не роблять нічого, щоб зменшити кількість харчових відходів, які вони виробляють. Викидання харчових відходів на звалища є проблемою, оскільки це призводить до забруднення навколишнього середовища. Харчові відходи, які гниють на звалищах, виділяють парникові гази, які сприяють зміні клімату.

Отже, як видно, в Україні сприйняття харчових відходів менш розвинене. Багато ресторанів у Україні не мають програм перерозподілу їжі або компостування. Крім того, деякі ресторани в Україні все ще викидають харчові відходи на звалища.

Зміни у законодавстві та політиці зможуть сприяти зменшенню кількості харчових відходів у ресторанах України. Наприклад, уряд України міг би запровадити податкові пільги для ресторанів, які впроваджують програми перерозподілу їжі або компостування. Уряд також міг би запровадити законодавство, яке б вимагало від ресторанів зменшувати кількість харчових відходів.

Безвідходне виробництво в ресторанному бізнесі стає все більш актуальною та важливою практикою в сучасному світі, оскільки споживачі все більше звертають увагу на сталість та екологічність продуктів і послуг.

З точки зору керівника / кухаря поведінка, яка б призвела до зменшення харчових відходів, полягає в наступному: ретельне замовлення та планування меню, уникнення псування відходів шляхом моніторингу термінів використання та умов зберігання, повторне використання їстівних харчових продуктів для приготування інших рецептів, розмір порцій і компостування харчових відходів.

З точки зору споживача, для того, щоб зменшити харчові відходи, важливо не залишати залишки їжі на тарілці, а великі порції відіграють важливу роль в утворенні харчових відходів. Це головна причина, чому менеджери повинні адаптувати розміри порцій відповідно до потреб і вподобань відвідувачів ресторанів. Дійсно, дослідження, проведене у Великій Британії, яке було зосереджено на CFW, показало, що 27% респондентів залишають залишки їжі на своїх тарілках, особливо у випадку великих порцій, а приблизно 40% респондентів припустили, що можливим рішенням буде зменшити вартість страв відповідно до розміру порцій.

Ці практики вже зарекомендували себе як ефективні інструменти для зменшення негативного впливу ресторанного бізнесу на навколишнє середовище та сприяють створенню більш сталої та відповідальної галузі харчування.

Управління харчовими відходами є серйозною операційною проблемою в секторі ресторанного бізнесу. Проте це питання недостатньо вивчене,



Презентація до теми
<https://vcolnuft.volyn.ua>

що є значним недоліком з огляду на зростаючу частоту споживання їжі поза домом. Ключовий висновок цього дослідження полягає в тому, що національна культура українців значною мірою сприяє виникненню харчових відходів на стороні споживання. Більше того, зростаючі очікування споживачів щодо високої якості пропозиції ресторанної їжі та прагнення галузі відповідати цим очікуванням на шляху до лояльності клієнтів призводить до надмірного виробництва їжі та, таким чином, стимулює її марнування на стадії виробництва.

ності клієнтів призводить до надмірного виробництва їжі та, таким чином, стимулює її марнування на стадії виробництва.



Для сприяння галузі в зменшенні відходів важлива державна підтримка. Цю підтримку можна організувати за допомогою розробки нових, ширших і масштабніших кампаній підвищення громадської обізнаності, у тому числі тих, що їх проводять знаменитості, а також шляхом надання спеціалізованих навчань з питань зменшення харчових відходів керівникам і працівникам ресторанів. Для оцінки ефективності різних заходів зменшення відходів галузь і український уряд повинне співпрацювати з науковцями.

Засоби моніторингу до теми

1. Дискусійне обговорення основних положень теми.
2. Ситуаційні завдання.

Ситуаційне завдання 1. Аналіз впровадження еко-практик

Ресторан "Смак природи" вирішив перейти на більш екологічні практики. Власник планує зменшити кількість пластику, мінімізувати харчові відходи та використовувати локальні органічні продукти. Проте персонал стикається з певними труднощами:

- ◆ постачальники органічних продуктів вимагають вищу ціну.
- ◆ сортування відходів затримує роботу кухні.
- ◆ клієнти скаржаться на паперові трубочки, бо вони швидко розмокають.

Завдання:

1. Проаналізуйте основні виклики для ресторану.
2. Запропонуйте три практичні рішення для кожної проблеми.
3. Як можна мотивувати клієнтів підтримувати екологічні ініціативи ресторану?



Ситуаційне завдання 2. Вибір екологічного постачальника

Менеджер ресторану "Зелена кухня" отримав пропозиції від двох постачальників:

- постачальник А: пропонує органічні овочі, але в пластиковій упаковці.
- постачальник В: пропонує продукти без упаковки, проте не сертифіковані як органічні.

1. Розробіть критерії вибору постачальника з урахуванням екологічності та рентабельності.

2. Зробіть обґрунтований вибір.

3. Сформулюйте стратегію для переговорів із постачальниками про покращення їхньої екологічності.

Ситуаційне завдання 3. Утилізація відходів

Заклад швидкого харчування "ЕкоФаст" зіткнувся з проблемою: щодня утворюється багато харчових відходів (залишки їжі, шкірки овочів). Клієнти також залишають багато паперових упаковок.

1. Запропонуйте систему роздільного збору відходів для цього закладу.

2. Розробіть ідею повторного використання харчових відходів (наприклад, для компостування).

3. Як залучити клієнтів до участі в еко-програмі закладу?

Ситуаційне завдання 4. Просування екологічної стратегії

Ресторан "Еко-гурман" хоче стати лідером у впровадженні екологічних ініціатив, але клієнти не звертають уваги на його зусилля (наприклад, використання біорозкладного посуду).



1. Запропонуйте маркетингову кампанію, яка підкреслить екологічні цінності ресторану.
2. Які комунікаційні канали краще використати?
3. Як виміряти ефективність такої кампанії?

Ситуаційне завдання 5. Оцінка впливу на довкілля

Ресторан "Гармонія смаку" хоче оцінити свій екологічний слід. Виявлено такі дані:

- вода витрачається у великій кількості для миття посуду.
- використання електроенергії для холодильників і кухонного обладнання надмірне.
- відходи сортуються лише частково.

1. Розробіть план дій для зменшення негативного впливу ресторану на довкілля.
2. Як можна виміряти ефективність впроваджених заходів?
3. Які інноваційні технології допоможуть зробити ресторан більш екологічним?

Ситуаційне завдання 6. Аналіз харчових відходів

Ви — менеджер ресторану. Під час аналізу роботи закладу виявлено, що щотижня ресторан викидає близько 20 кг залишків овочів і фруктів, які не використовуються в меню.

Завдання:

1. Запропонуйте три способи зменшення кількості відходів овочів і фруктів.



2. Розробіть страву, яка може включати залишкові інгредієнти (наприклад, овочеві супи чи смузі).

3. Поясніть, як це вплине на економічну ефективність ресторану.

Ситуаційне завдання 7. Впровадження сортування сміття

Ресторан розпочав програму сортування сміття, але персонал неохоче дотримується нових правил. У результаті органічні відходи часто змішуються з пластиком.

Завдання:

1. Розробіть інструкцію для персоналу щодо правильної організації сортування.

2. Запропонуйте способи мотивації співробітників, щоб вони активно підтримували цю ініціативу.

3. Як ви можете перевірити ефективність програми сортування через місяць після її запуску?

Ситуаційне завдання 8. Раціональне планування закупівель

У ресторані помітили, що близько 10% продуктів не використовуються через перевищення терміну придатності.

Завдання:

1. Опишіть, як впровадження точного планування закупівель допоможе вирішити цю проблему.

2. Запропонуйте схему роботи із постачальниками для регулярних поставок свіжих продуктів у необхідному обсязі.

3. Які дані слід збирати для аналізу ефективності закупівель?



Ситуаційне завдання 9. Використання технологій для переробки відходів

Ваш ресторан розглядає можливість встановлення обладнання для переробки органічних відходів у компост. Це обладнання коштує дорого, але дозволяє зменшити витрати на вивезення сміття.

Завдання:

1. Розрахуйте, за який час ресторан може окупити таке обладнання, якщо щомісячні витрати на вивезення сміття становлять 5000 грн, а нове обладнання коштує 120 000 грн.
2. Оцініть, як впровадження такого обладнання може вплинути на репутацію ресторану серед клієнтів.
3. Запропонуйте ідеї для використання компосту, отриманого в результаті переробки.

Ситуаційне завдання 10. Скорочення упаковки

Ресторан використовує велику кількість одноразових пластикових контейнерів для доставки їжі. Клієнти почали скаржитися на те, що ресторан недостатньо екологічний.

Завдання:

1. Запропонуйте три альтернативи пластиковим контейнерам.
2. Складіть план переходу на екологічно чисті упаковки, включаючи розрахунок витрат.
3. Розробіть маркетингову кампанію, яка покаже клієнтам, що ресторан дбає про довкілля.



Ситуаційне завдання 11. Розробка меню із залишків продуктів

На кухні ресторану залишаються великі обсяги залишкових інгредієнтів, таких як курячі кістки, овочеві обрізки та підсохлий хліб.

Завдання:

1. Розробіть три страви або напої, які можна приготувати з цих залишків.
2. Поясніть, як додавання таких страв до меню допоможе зменшити харчові відходи.
3. Як можна представити ці страви клієнтам, щоб підкреслити їхню екологічну цінність?

Ситуаційне завдання 12. Партнерство з екологічними ініціативами

Ресторан вирішив співпрацювати з місцевою організацією, яка займається переробкою скла та пластику.

Завдання:

1. Розробіть план взаємодії з цією організацією. Які види відходів ресторан може передавати?
2. Опишіть, як можна інформувати клієнтів про це партнерство.
3. Як таке співробітництво може вплинути на імідж ресторану?

Тема 2. Розвиток закладів ресторанного господарства України на сучасному етапі

Сучасні форми закладів ресторанного господарства в Україні



Джерело: <https://www.fest.lviv.ua/uk/restaurants/naidorozhcharestoracijagalychyny/>

За рівнем та специфікою надаваних послуг на українському ринку ресторанного господарства виділилися такі головні системи:

1. Елітні підприємства ресторанного господарства (або так звані заклади високої кухні) – «Козирна карта», «XXI век», «Міровая карта». Кожне з них за базовою основою їхнього створення та діяльності являє собою так звану мережеву структуру, в якій для досягнення більшого ефекту від спільного просування товарної пропозиції і/або забезпечення певної економії на ньому інтегруються, зазвичай, різні за типами заклади, проте більшість із них – ресторани.
2. Статусна їжа. Вид закладів класу fine dining, де чек починається від \$50, клієнти очікують чогось більшого, ніж просто їжі. «Кожен ресторан – театр, і найкращі заклади дозволяють нам фантазувати, уявляючи себе багатим і сильними».

3. Традиційні ресторації (casual dining). Формат casual dining – (від англ. «повсякденний обід») представлений багатьма демократичними закладами від кав'ярень до національних ресторанів. Відмінною рисою є середній чек – до \$30 – \$40. Найпопулярнішими концепціями у форматі casual dining є пивний ресторан, булочна-кондитерська, кав'ярня, бар, національний ресторан.
4. Підприємства формату Quick & Casual. Цей сегмент займає проміжне положення між підприємствами швидкого харчування (Quick Service) і традиційними ресторанами (Casual Dining). На відміну від сегмента Quick Service, де бізнес побудований на оборотності, яка досягається шляхом швидкого «виштовхування» відвідувача, особливістю сегмента Quick & Casual є комфортніше проведення часу, наявність якісного продукту за оригінальним рецептом, якість їжі та стандарти приготування їжі у всіх ресторанах мережі однакові, невимушена обстановка, що сприяє проведенню дозвілля. Quick & Casual розвинувся через стійку думку суспільства, що фаст-фуд шкодить здоров'ю.

Популярності Quick & Casual надає те, що інтер'єр тут дорожчий і більш концептуальний, меню – ширше, ніж у звичайному фастфуді, іноді обслуговування здійснюється офіціантами. Під час прийняття рішення про роботу на ринку фастфуду, компанія повинна оцінити такі елементи бізнесу: концепцію та позиціонування, якірний продукт за оригінальним рецептом, цільову аудиторію, місце розташування, стандарти обслуговування і меню. На сьогодні обидва сегмента – Quick Service і Quick & Casual є швидко зростаючими, а вибір на користь того чи іншого формату залежить від простоти розроблення концепції та ресурсів для її реалізації (Рябенюка, 2021).



Джерело: <https://xpos.ua/ua/>

Представників світових мереж формату Quick & Casual на українському ринку умовно можна поділити на дві групи: ті, що чітко позиціонують себе у форматі (наприклад, «Пан Піцца», «Піцца Челентано») та дуже близькі до нього (наприклад «Домашня кухня», «Два гуся»).

Класифікація закладів ресторанного господарства формату Quick & Casual:

1. Ресторани національної кухні з етнічною концепцією, особливістю яких є перевага в меню страв світових кухонь (піца, паста, буріто, тако, локшина, суші тощо).
2. Кафе-пекарні, що роблять акцент у роботі на свіжу випічку власного виробництва, разом з якою в меню представлено супи, салати, холодні й гарячі сендвічі, а також різноманітні безалкогольні напої: сік, лимонад, молоко, чай, гарячий шоколад та кава.
3. Заклади, що спеціалізуються на реалізації сендвічів і салатів і пропонують для різноманітності обмеженішу низку супутніх позицій, зокрема супи та напої. У таких закладах відвідувачам надається унікальна пропозиція сформувати бутерброд або скомплектувати салат з широкого асортименту інгредієнтів. У закладах цього формату на частку мережевих закладів припадає 40 % , а на частку незалежних точок – 60 % , в яких сума середнього чека коливається від \$7 за обід до \$10 за вечерю.
4. Підприємства швидкого обслуговування. За прогнозами експертів очікується 15 % річне зростання кількості ресторанів демократичних форматів. Основними ефективними форматами ресторанів стають: формат quick-service (від англ. «швидке обслуговування») – демократичні доступні ресторани з обмеженим асортиментом страв, що працюють з якісними напівфабрикатами і оснащені лініями роздачі, що скорочує час обслуговування гостей (Поштова, 2022).

Формат free flow (від англ. «вільне переміщення») – один з ефективних різновидів формату quick service. Його особливості: наявність відкритої кухні, приготування страв на очах у відвідувачів, принцип самообслуговування і широкий вибір пропонованих страв. На сьогодні для організації ресторану швидкого обслуговування найперспективнішим напрямом є формат freeflow.

Автором концепції free flow вважається швейцарська мережа Marche Movenpick. Бізнесмен Уелі Прагер, що відкрив перший ресторан Movenpick у Цюриху ще в 1948 році, задумував його як місце зустрічі для ділових людей, куди вони могли б швидко заскочити й до того ж смачно поїсти. Назва перекладається як «чайка поклювала», тобто концепція харчування – «на льоту».



Джерело: <http://laplace.com/restorany-kafe/russkaya-ukrainskaya-kuhnya/puzata-hata-1>

На сьогодні Movenpick – міжнародна корпорація, що спеціалізується на гастрономії, виноторгівлі, готельному й ресторанному бізнесі в Центральній Європі, Середньому Сході, Азії, Канаді. Саму концепцію free flow Уелі Прагер придумав і втілював у життя в ресторанах Movenpick на початку 1980-х років. Незабаром ресторани формату free flow стали відкриватися в Італії (мережа Autogrill), Франції (Casino), Австрії й інших країнах.

Найвідомішою у Східній Європі компанією, що працює у форматі free flow, є латвійська Lido. Найперший ресторан Lido його власник Гунарс Кирсонс відкрив у 1987 р., перше Lido у форматі free flow – в 1992 р. Зараз Кирсонсу належить 11 філій у Латвії.

В Україні перший заклад free flow відкрився в жовтні 2004 року в Одесі, в ТЦ «Грецький» компанії «ТАВРИЯ-В». Нині на вітчизняному ринку ресторанного господарства найвідомішими мережами, що працюють в даному форматі це «Два гуся», «Гурме», «Пузата хата», «Тралі-Валі», «Домашня кухня», «Здоровенькі були», одеська «Жарю-Парю», харківська «Жили-Були» тощо. Основні характерні ознаки українських закладів формату free-flow:

- ◆ велика частина страв готується прямо в закладі;
- ◆ у меню представлений широкий асортимент страв (до 200 найменувань);

- ♦ велика оборотність місця визначає не менш значні обсяги виробництва страв, а відповідно і потужності кухні;
- ♦ практично завжди робиться акцент на українську та європейську кухню, в плані «екзотичних» напрямів подібні заклади обмежуються тільки піцою, пастою тощо.

У закладах формату free-flow страви готуються у присутності споживачів, що за задумом збуджує апетит клієнта. Головна відмінність закладів free-flow від класичних ресторанів в тому, що тут відсутнє обслуговування офіціантами, а відмінність від фаст-фуду в наявності різностороннього меню.

Формат Проста їжа (simple food). Найактуальніші європейські тренди – simple food, електронне меню, здоровий фастфуд, перехід від пива до вина й поширення кавових мереж звичайно ж з'являються в Україні.

Формат Street-food – мобільні точки-кіоски з вуличною їжею. Максимально поширені в країнах Південно-Східної Азії. Формат QSR (quick service restaurants) ресторани швидкого обслуговування. Світовий лідер – McDonalds.

Серед інноваційних форматів сучасних ресторацій, які можуть позиціонувати себе в будь-якому з перелічених вище сегментів, однак мають виражену змістовну індивідуальність виділимо наступні:

Пивні паби. Після закриття ігрового бізнесу в Україні звільнилися чудові підвальні приміщення, які окрім як під паб застосувати важко. Бум розвитку пабів і пивних ресторанів пов'язаний також зі зростанням потреби у спілкуванні за межами будинку, а пиво – напій для компанії. У найближчому майбутньому ресторанний бізнес очікує бум на міні-пивоварні та власне пиво. Пляшкове пиво, як і розчинна кава, буде все менше приваблювати гостей.



Джерело: https://tourlib.net/statti_ukr/rusavska5.htm



Джерело: <https://naurok.com.ua/prezentaciya-na-temu-pokupki-vidi-magaziniv-slovník-370608.html>

Кафе-кулінарії – це напрям ресторанного бізнесу, який тільки починає свій успішний шлях, але через 10–15 років вони будуть дуже поширені.

Формат «майдан харчування» (англ. «food court»). Щільне розміщення у певних просторових межах зі спільною торговою залом значної кількості закладів ресторанного господарства, що є конкурентами між собою. Наприклад, заклади ресторанного господарства, розміщені на території різних

торгівельно-розважальних комплексів (ТРЦ «Ocean Plaza», «Більшовик», «Блокбастер» (м. Київ), ТРЦ «Palladium», ТРЦ «Караван» (м. Харків), «Платан Plaza» (м. Одеса)). Основними перевагами такого формату є реальне спостереження за роботою конкурента; стимуляція до підвищення якості через жорстку конкуренцію; можливість швидко оцінити свої прорахунки, порівнюючи з конкурентами та розробити заходи щодо їх усунення.

Формат «Кава-шоп» або концепція фреш-кава. Така організація підприємств ресторанного господарства дозволяє дегустувати будь-який кавовий напій та придбати його з собою, або замовити напій з тільки що обсмаженої та змеленої кави. Наприклад, «Кава-шоп», «КаваЛенд» (м. Київ), «Дім Кави» (м. Харків, Запоріжжя, Дніпропетровськ), кав'ярня «Золотий Дукач» (м. Львів).

Застосування «кейтеринг» формату в ресторанному господарстві. Цей формат на вітчизняному ринку ресторанного господарства бурхливо почав розвиватися в 90-х роках ХХ ст. Зміст цієї інновації полягає у виведенні на ринок нового типу закладів ресторанного господарства, призначених для приготування і постачання готової їжі й організації обслуговування споживачів поза закладом за спеціальними замовленнями. Однією з головних переваг формату є мобільність – можливість проведення бенкету не тільки в приміщенні замовника або закладу ре-

сторанного господарства, а й у будь-якому іншому місці: на зеленій галявині, морському березі, в стародавньому замку, замиському особняку, на теплоході тощо.

Традиційно послуги з кейтерингового обслуговування розвиваються в трьох основних напрямках – кейтеринг у приміщенні, поза приміщенням і контракт на доставку.

Кейтеринг у приміщенні – це виїзне ресторанне обслуговування корпоративних заходів, бенкетів, фуршетів, весільних урочистостей та інших святкових заходів. Мабуть, це далеко не повний перелік видів послуг, які об'єднує поняття – кейтеринг у приміщенні. До того ж завжди варто враховувати тематичну спрямованість події, для якої замовляють виїзне обслуговування. Ресторан кейтерингового обслуговування може запропонувати свої, розроблені професіоналами, сценарії проведення свят. Наприклад, корпоративний банкет із нагоди ювілею фірми буде витриманий в урочистому стилі й відповідно оформлений й обслужений, а новорічний кейтеринг подарує бурлеск фарб, веселоців і масу спогадів в очікуванні наступної корпоративної новорічної вечірки (Поплавська, 2022).



Джерело: https://lviv.vgorode.ua/news/dosuh_y_eda/407678-sviatkui-vdoma-u-lvivskykh-restoranakh-vyjavleni-chyslenni-porushennia

Організація фуршетів, які зазвичай замовляють на відкриття виставок, презентації, підписання договорів або зустріч іноземних партнерів, потребує зовсім іншого підходу і виконання від співробітників виїзного ресторану.

Кейтеринг поза приміщенням. Якщо виїзне ресторанне обслуговування в приміщеннях є вже давно і широко відомою споживачеві послугою, то кейтеринг поза приміщенням став дуже популярним тільки останніми роками. Все більше керівників великих і малих фірм і організацій стали усвідомлювати важливість неформального корпоративного відпочинку

на природі для зміцнення згуртованості колективу. Кейтеринг-оператори у цьому разі готові прийти на допомогу й організувати виїзне обслуговування пікніків і барбекю, запропонувавши не тільки доставлення і приготування продуктів, а й цікаву веселу програму, ігри, конкурси та інші розваги.



Джерело: <https://okcatering.com.ua/uk/blog>

Однак, послугою кейтерингу поза приміщенням користуються не тільки юридичні організації, а й приватні особи. У літній час досить часто на природі організують весільний банкет, виїжджають відзначити день народження або будь-яку подію в житті сім'ї, наприклад, хрещення малюка або ювілей спільного життя.

Контракт на доставку. Цей вид кейтерингу розпочинався з доставлення готових обідів з харчоблоків у шкільні їдальні, лікарні, дитсадки та інші соціальні заклади. Нині багато керівників підприємств і комерційних фірм, зрозумівши значимість «мотивації персоналу» для ефективної роботи колективу, також укладають угоди на доставку готових обідів і ланчів до своїх офісів.

Також останнім часом досить популярним є VIP- кейтеринг, який передбачає виїзне ресторанне обслуговування із залученням висококваліфікованих кухарів, офіціантів і використання найсучасніших кейтеринг-технологій. У приміщенні замовника і під його наглядом здійснюються обробка продуктів і приготування страв. Цією послугою передбачається супроводження працівниками закладу замовника в його тривале турне.

Кейтеринг напоїв і коктейлів (виїзний бар) – послуга виїзного бару є активною самостійною складовою у проведенні святкових заходів, або повноцінно супроводжує кейтеринг-бенкет. Виїзний бар – це передусім наявність на заході безпосередньо бару, а саме: мобільної, збірної конструкції, яка дає змогу організувати повноцінний процес приготування коктейлів. Також передбачається наявність необхідного барного обладнання, інвентарю, посуду, доставка на місце проведення алкоголю, со-

ків, напоїв, фруктів, льоду тощо, необхідних для приготування коктейлів. Обслуговування здійснюється барменами через барну стійку.



Джерело: <https://raffles-europejski-warsaw.hotelmix.com.ua/>

Основні переваги від впровадження кейтеринг-формату у ресторанному господарстві для виробників:

- ◆ порівняно нова ніша на ринку ресторанного господарства, через що є перспективні можливості для зростання;

- ◆ можливість застосування гнучкої цінової політики. Зовсім не обов'язкова наявність торгових зал, через що немає необхідності щодо їхнього утримання, що призводить

до скорочення витрат, пов'язаних з цим.

Основні переваги від впровадження кейтеринг-формату у ресторанному господарстві для споживачів:

- ◆ нові можливості при задоволенні потреби в організації бенкетів, фірмових прийомів, ділових зустрічей, весіль та інших свят;
- ◆ підвищення рівня сервісу з організації харчування на пасажирському транспорті;
- ◆ доставляння їжі в офіси та інші заклади, де працюють малочисельні колективи.

Сучасні препатійні заклади на ринку ресторанного господарства. Поняття «препатійний ресторан» з'явилося нещодавно. Він має певні відмінності від інших закладів ресторанного господарства. Pre-party – це те, що відбувається до party (основної вечірки), тобто зустріч, спілкування, аперитив на базі ресторану, де люди вирішують, куди піти далі – найчастіше в нічний клуб, де відбувається основне party.

До клубу, зазвичай, їздять компанією, а компанії потрібно десь збиратися. Зручним місцем для цього є ресторан, кафе або бар, які знаходяться, скажімо, неподалік від клубу. Альтернативою ресторану pre-party



Джерело: <https://borysov.com.ua/uk/blog/biznes/trendy-restorannogo-biznesu-v-ukrayini-video>

може бути super-club, який поєднує в одному приміщенні ресторан, в якому можна легко повечеряти перед вечіркою, і клуб, в якому гість залишається на нічну вечірку. У такому закладі вдень забезпечується обслуговування як у ресторані (ресторанна атмосфера), увечері – як у барі (коктейльна атмосфера), вночі – як у клубі (клубна атмосфера).

У такому закладі може бути передбачено декілька різнопланових зон, наприклад: на першому поверсі – танцювальний майданчик, а тому створюються умови для шумної вечірки, на другому має переважати розслаблена атмосфера лаунж, на третьому – можливий також інший варіант party. Деякі ресторани у звичайні дні працюють як ресторани, а в п'ятницю– суботу є закладом як для pre-party, так і для party. У цих ресторанах часто, як і в superclub, забезпечують одночасно роботу ресторанної, коктейльної та клубної зон, до того ж на меню коктейлів передбачені скидки.

Під час pre-party в ресторані можна не тільки повечеряти й поспілкуватися, а й потанцювати, тільки спокійнішій атмосфері, ніж у клубі. Таким закладам властиві демократичний стиль і відповідна цінова політика, яка задовольняє гостей з різним рівнем доходів. Цільовою аудиторією pre-party є молоді люди до 30 років. У процесі організації препатійного ресторану важливе значення має вирішення таких питань: місце розміщення, інтер'єр, меню, стиль обслуговування, музика. Варіанти розміщення препатійного ресторану: 1) в окремому закладі; 2) при клубі; 3) поєднання в одній споруді функцій ресторану, pre-party і party зі створенням клубної атмосфери.

Інтер'єру препатійного ресторану притаманний лаунж-стиль: стриманий мінімалізм, функціональність, багато повітря та світла, кольорові акценти, легкі штори, низькі меблі (столики, диванчики), м'які подушки. Цей

стиль сприяє створенню демократичної атмосфери без зайвого пафосу та активному спілкуванню гостей.

У закладі pre-party передбачено спеціальне меню з огляду на те, що гості віддають перевагу легкій вечері – закускам, фондю, стравам, розрахованим на всю компанію. Особлива увага приділяється винній карті. Під час pre-party бар має значно більше навантаження, ніж кухня. Під час pre-party стандарти обслуговування максимально спрощуються: акценти переводяться з тонкощів сервірування і ресторанного етикету на створення приємної атмосфери, зокрема за допомогою люб'язного, гостинного, доброзичливого, толерантного персоналу. Персонал не тільки обслуговує, а й спілкується з гостями, надаючи їм за нагоди цікаву інформацію про страви, кальян; цікавиться, чому постійний клієнт був відсутнім на попередній вечірці тощо. Отже, взаємини між постійними гостями й персоналом стають дружніми, що має важливе значення в таких закладах.

Деякі професіонали вважають, що на pre-party гості ще не готові до активного клубного сервісу і занадто вільна поведінка офіціантів або хостес може неприємно вразити. Перехід від одного стилю обслуговування до іншого (від класичного до демократичного) має відбуватися плавно. Велике значення для pre-party має музичне обслуговування, яке створює атмосферу, формує настрій. Музика повинна бути достатньо динамічною, але не танцювальною, щось середнє між лаунжем і класичним танцювальним хаусом. Деякі професіонали вважають, що для pre-party підходять такі нежорсткі стилі музики, як lounge, deep, funk, R'n'B водночас з хаусом, диско-хаусом, вокальним-хаусом, мінімал-хаусом, мінімал-техно. Під час party переважає музичний мейнстрім – танцювальний хаус із використанням хітів. Модним і сучаснішим музичним напрямом є електро.

After-party проводиться у 3–5 годин ранку і до закриття зі знижкою на меню сніданку, тобто після основної вечірки. Музика на after-party має бути активнішою, однак вранці, коли заклад планує закриття, поступово стає спокійнішою. У деяких закладах музика під час after-party створює умови для спокійного відпочинку з подушками, кальяном, чаєм, в інших застосовується жорстка, швидка музика (жорстке електро, техно, хард-техно, трайбл, прогресив-хаус).

Професіонали вважають, що в цьому питанні необхідний індивідуальний підхід залежно від контингенту і стану гостей. У процесі створення концепції і стандарту препаційного ресторану особливу увагу варто приділяти відповідному музичному обслуговуванню, наявності ді-джея, ланч-інтер'єру, меню страв, винній карті, напівресторанному-напівклубному сервісу.

Особливості розвитку та функціонування еко-ресторанів в Україні

Діяльність ресторанного бізнесу в Україні є перспективною, оскільки розвиток цієї галузі сприяє зростанню робочих місць, розвитку конкретного регіону й формування позитивного туристичного іміджу держави загалом. Сучасною тенденцією розвитку ресторанного господарства в Україні, й в усьому світі загалом - є орієнтація на екологічність. В Україні не існує чіткої класифікації ресторанів та барів (хоча передбачена сертифікація за державними стандартами). Сертифікація на зірковість є добровільною, тому її проходять дуже мало ресторанів. Самі ж ресторатори ділять заклади ринку за ціновою ознакою: недорогі, середні та елітні. Для підвищення рівня конкурентоздатності ресторани повинні постійно вводити інновації, щоб залишатись провідними у своєму сегменті та бути на два кроки попереду конкурентів.

Оцінити екологічні характеристики товарів та послуг дозволяє система екологічної сертифікації та маркування. В Україні діє програма екологічної сертифікації та маркування «Зелений журавлик», яка узгоджена з вимогами міжнародного стандарту ISO 14024. Зокрема, в нашій країні діють стандарти, що встановлюють екологічні критерії оцінювання життєвого циклу для організацій («зелений офіс»). В Україні також діє міжнародна система екологічної сертифікації, Green Key («Зелений Ключ»). Окрім сертифікації Green Key, в Україні діє добровільна екологічна сертифікація на відповідність діяльності готелю державному стандарту ДСТУ ISO 14024:2018. На жаль, поки що окремих стандартів для оцінювання послуг з харчування, тобто для закладів ресторанної індустрії, в Україні не розроблено. Проте, для оцінювання екологічності підприємств ресторанного бізнесу можна використовувати стандарт «зелений офіс», в якому враховується: економія води, тепла, електроенергії, ви-

користання електрообладнання класу енергозбереження «А» і вище, утилізація відходів, транспорт, закупівля продукції, позначеної екологічним маркуванням, наприклад «пластик придатний до переробки», «вторинна переробка», «підлягає компостуванню» тощо.

За даними опитування з'ясовано, що 77% закладів ресторанного господарства сортують відходи; 20 % практикують компостування відходів; 30 % закладів харчування дарують невикористану їжу малозабезпеченим; 63 % використовують пластиковий посуд у своїй діяльності; 90 % закладів використовують екологічний одноразовий посуд; 70 % закладів здає на переробку картон, папір, алюміній та скло; 57 % закладів видають соломинку усім, хто замовив напої, а 43 % намагаються скоротити їх використання і видають соломинки тільки, коли клієнт просить; 70 % закладів закуповує сезонні овочі та фрукти у місцевих фермерів, таким чином підтримуючи їх;



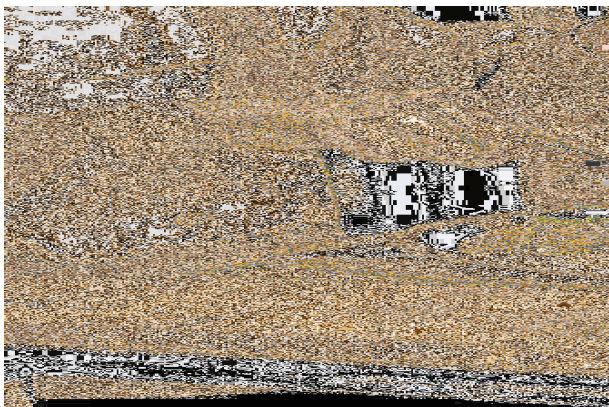
Джерело: <https://lutsk.bestrest.com.ua/ua/info-Lisovyy-Eko-restoran-Yavir-Yavir>

87 % закладів мають у своєму меню вегетаріанські та веганські страви; 13 % закладів використовують тільки ті продукти, які вирощуються та транспортуються із дотриманням екологічних принципів; 87 % закладів використовують енергозберігаюче освітлення; 66 % закладів використовують світильники із датчиками руху; використовують а це підприємств; 83 % закладів мають енергозберігаюче обладнання; 66 % закладів мають

обладнання для економії води; 44 % закладів встановили обмежувачі потоку води на кранах; 30 % закладів купують лише ті, засоби для миття та прибирання, які мають екологічне маркування; 20 % закладів мають екологічно марковані меблі та обладнання (Моргунець, 2023).

Певна частка еко-ресторанів в Україні акцентують увагу лише на натуральності продукції, з якої виготовляють страви, не ставлячи перед собою першочергових завдань щодо економії споживання води, електроенергії, обсягу використання миючих засобів тощо (Ресторан Dom, м.

Київ). А інші заклади, навпаки, не знаючи основних принципів екологічного менеджменту досягли високих результатів економії електроенергії, тепла та води, за допомогою впровадження нескладних технологій (Садиба «Живиця» в Івано-Франківській області, кафе «Купідон», м. Київ). Впровадження засад екологічного менеджменту є досить затратною системою. Не всі заклади ресторанного господарства адаптовані до останніх технічних інновацій, але всі можуть спробувати шукати можливості використовувати новітні технології, які не тільки сформулюють позитивний імідж готелю, а й дозволять зберегти ресурси.



Джерело: <https://www.arrivalguides.com/ru/Travelguide/Antwerp/dining/ciro-s-77143>

Ресторан Zelyonka Space Café (Київ) у столиці є зразком сучасного еко-підходу до харчування та обслуговування клієнтів. В меню присутні виключно вегетаріанські страви, створені з локальних та органічних продуктів. Ресторан використовує біорозкладних матеріалів для пакування та посуду. Також організовують лекції і майстер-класи, присвячених екологічним проблемам та здоровому способу життя. Ресторан застосо-

вує і інноваційний підхід до зменшення екологічного сліду шляхом мінімізації відходів.

Заклад Одеса Organic об'єднує локальних фермерів і прихильників органічної кухні. Меню орієнтоване на використання продуктів, вирощених без пестицидів та хімікатів, здебільшого постачальниками з Одеської області. В закладі впроваджена концепція «від ферми до столу», яка гарантує свіжість і якість кожної страви. Заклад пропонує продаж органічної продукції, що дозволяє відвідувачам підтримувати екологічний спосіб життя не лише під час відвідування ресторану, але й вдома.

Ресторан-кав'ярня Ecoprostir (Львів) поєднує естетику сталого розвитку з дружньою атмосферою. Концепція закладу - філософія безвідходного виробництва та використання натуральних матеріалів у дизайні. В меню присутні страви з екологічно чистих інгредієнтів, акцент на сезонних і

регіональних продуктах. Заклад організовує тренінги і події, спрямовані на підвищення екологічної обізнаності. Ресторан-кав'ярня Eсоprostir активно взаємодіє з місцевою громадою через еко-акції та проекти.

Еко-ресторан Yavir розташований обабіч траси Луцьк–Рівне на межі Рівненської та Волинської області. Заклад має новітній дизайн та неймовірно затишну атмосферу, яку втілила в життя студія Leo D'uk

Design. Будівля, в якій розмістився ресторан, знаходиться всередині лісового масиву. Саме тому заклад позиціонує себе як лісовий еко-ресторан. Фішкою закладу є меню, яке включає в себе страви, виключно з м'яса дичини.



Джерело: <https://liv.travel/ua/news/kaviarni-lvova>

Основними тенденціями екоруху ресторанів в Україні можна вважати формування культури безвідходного виробництва та споживання заради захисту навколишнього середовища від забруднення небезпечними відходами, заощадження не поновлюваних ресурсів та відновлення краси природи через:

- ◆ переосмислення побутових звичок та виробничих процесів,
- ◆ створення товарів та послуг з безвідходним життєвим циклом,
- ◆ скорочення надмірного споживання,
- ◆ повторного та спільного використання товарів та ресурсів,
- ◆ вторинну переробку відходів (Поплавська, 2022).

Також активно проводиться навчання персоналу, який незалежно від своїх обов'язків та посад має розуміти, за що виступає організація та підтримувати її. Важливо, щоб працівники особисто відчували корпоративність, спільність справи, значимість абсолютної еко-місії підприєм-



Джерело: https://lviv.vgorode.ua/amp/news/dosuh_y_eda/293459-do-lvova-na-travnevi-de-zupynytyisia-yak-vidpochyty-ta-za-skilky

ства сфери гостинності. Від екологічної самосвідомості кожного конкретного співробітника багато в чому залежить подальше еко-виховання кожного гостя. Таким чином, основні завдання, що визначають ефективну діяльність в еко-ресторані є:

◆ вибір найбільш перспективних цільових сегментів ринку еко-ресторану та розробка орієнтованої на них стратегії;

◆ розробка та формування екологічного стилю, його пра-

вильне використання у внутрішніх та зовнішніх приміщеннях ресторанів;



Презентація до теми
<https://vcolnuft.volyn.ua>

◆ розробка чіткої та відповідної вимогам ринку програми позиціонування еко-ресторану;

◆ інформування споживачів через рекламу про показники позиціонування ресторану;

◆ розробка пропозицій щодо формування та коригування позитивного іміджу еко-ресторану у свідомості споживачів.

Засоби моніторингу до теми

1. Дискусійне обговорення основних положень теми.
2. Ситуаційні завдання.



Ситуаційне завдання 1. Вибір концепції ресторану

Підприємець вирішив відкрити ресторан у Києві. Є три варіанти концепцій: фуд-корт із локальними стравами в ТРЦ; сімейне кафе із дитячою ігровою зоною; поп-ап ресторан, який працюватиме лише 6 місяців і пропонуватиме унікальні страви сучасної української кухні.

Завдання:

1. Проаналізуйте переваги й недоліки кожного формату.
2. Виберіть оптимальну концепцію, враховуючи тренди та потреби цільової аудиторії.
3. Запропонуйте стратегію просування обраного формату.

Ситуаційне завдання 2. Оцінка перспективного закладу

В одному з регіонів України почала розвиватися концепція "гастрономічних готелів", де ресторани пропонують страви з локальних продуктів і проводять кулінарні майстер-класи. Один із таких закладів — "Смак Карпат", пропонує своїм гостям страви з грибів, ягід і м'яса дикої природи.

Завдання:

1. Проаналізуйте, які унікальні риси формату можуть привабити туристів.
2. Які інноваційні послуги можна додати, щоб збільшити конкурентоспроможність закладу?
3. Як заклад може популяризувати українську кухню на міжнародному рівні?



Ситуаційне завдання 3. Формат для нової аудиторії

Молодіжна аудиторія все частіше відвідує стріт-фуд фестивалі та цікавиться екологічними ініціативами. Підприємець планує створити мобільний ресторанний проєкт — фуд-трак. Меню включатиме страви швидкого приготування, але з органічних продуктів.

Завдання:

1. Запропонуйте унікальну концепцію меню для цього фуд-траку.
2. Розробіть графік роботи й локації, які можуть бути найбільш перспективними.
3. Як використати соціальні мережі для популяризації такого формату?

Ситуаційне завдання 4. Тематичний ресторан

У Львові планують відкрити тематичний ресторан "Стародавній Львів", який буде оформлений у стилі міста XVI століття. Особливості закладу:

- меню базується на автентичних рецептах.
- інтер'єр відповідає історичному періоду.
- персонал одягнений у костюми того часу.

Завдання:

1. Які проблеми можуть виникнути під час впровадження такої концепції?
2. Як створити атмосферу, що буде приваблювати туристів?
3. Розробіть ідеї для інтерактивних заходів, які заклад може запропонувати своїм гостям.



Ситуаційне завдання 5. Онлайн-ресторан

У місті Харків створюється інноваційний онлайн-ресторан, який працює лише через доставку. Концепція передбачає:

- складне меню високої кухні.
- гнучку систему попередніх замовлень через мобільний додаток.
- використання розумних упаковок, які зберігають страви теплими.

Завдання:

1. Проаналізуйте переваги онлайн-ресторанів у порівнянні з традиційними.
2. Які ризики можуть виникнути при реалізації цього проєкту?
3. Розробіть маркетинговий план для залучення клієнтів.

Ситуаційне завдання 6. Комбінований заклад

Заклад у Дніпрі вирішив поєднати формат кафе-коворкінгу. Відвідувачі можуть як насолоджуватися кавою та легкими стравами, так і працювати за спеціально обладнаними робочими місцями.

Завдання:

1. Які інфраструктурні особливості потрібно врахувати для такого формату?
2. Як встановити баланс між комфортом для працюючих гостей та інших відвідувачів?
3. Розробіть пропозицію додаткових послуг, які можуть збільшити прибутковість закладу.

Ситуаційне завдання 7. Аналіз конкуренції

У вашому місті планують відкрити еко-ресторан. Ви є маркетологом команди, яка аналізує конкурентне середовище. В радіусі 20 км уже функціонують три еко-ресторани: один з акцентом на локальні продукти, другий — на органічні страви, третій — на вегетаріанське меню.

Завдання:

1. Складіть SWOT-аналіз вашого майбутнього еко-ресторану.
2. Які особливості функціонування цих ресторанів можна врахувати, щоб запропонувати конкурентну перевагу?
3. Розробіть стратегію, яка дозволить привабити відвідувачів.

Ситуаційне завдання 8. Створення концепції еко-ресторану

Група інвесторів запропонувала вам розробити концепцію еко-ресторану. Вони хочуть створити заклад, який максимально враховує сучасні тенденції сталого розвитку: використання локальних ресурсів, зниження відходів, впровадження енергозберігаючих технологій.

Завдання:

1. Розробіть концепцію еко-ресторану (назва, дизайн, меню, підхід до обслуговування).
2. Обґрунтуйте, які технології та підходи до сталого розвитку ви використовуєте.
3. Запропонуйте маркетингову стратегію для залучення клієнтів.



Ситуаційне завдання 9. Еко-ресторан у сільській місцевості

У сільській місцевості вирішено відкрити еко-ресторан, який використовуватиме продукцію місцевих фермерів. Основна проблема — низький рівень інформованості потенційних клієнтів і обмежені фінанси на рекламу.

Завдання:

1. Запропонуйте недорогі методи реклами, які дозволять популяризувати еко-ресторан.
2. Як ви залучите місцеву громаду до підтримки цього проекту?
3. Розробіть план заходів для першого місяця функціонування закладу.

Ситуаційне завдання 10. Вирішення екологічних проблем

Під час функціонування еко-ресторану виявилось, що обсяг харчових відходів перевищує очікуваний. Це суперечить принципам закладу.

Завдання:

1. Проаналізуйте можливі причини утворення великого обсягу відходів.
2. Запропонуйте ефективні рішення для їх зменшення (включаючи переробку чи партнерство з іншими підприємствами).
3. Розробіть правила для співробітників і клієнтів, які сприятимуть зменшенню харчових відходів.

Ситуаційне завдання 11. Проблема сертифікації

Ваш еко-ресторан хоче отримати сертифікат органічного закладу, але для цього необхідно відповідати певним вимогам. Однак постачальники продуктів не завжди мають потрібні сертифікати.



Завдання:

1. Оцініть, як проблема сертифікації вплине на репутацію закладу.
2. Запропонуйте способи забезпечення постійного доступу до органічних продуктів.
3. Розробіть інформаційну кампанію, щоб пояснити клієнтам ваш підхід до якості продуктів.

Ситуаційне завдання 12. Розвиток мережі еко-ресторанів

Успішний еко-ресторан у Києві планує відкрити ще три філії в інших регіонах України. Необхідно врахувати різноманітність смакових уподобань клієнтів та локальну специфіку.

Завдання:

1. Як ви адаптуєте меню для кожного регіону?
2. Які місцеві ресурси можна використати для збереження концепції сталого розвитку?
3. Розробіть план популяризації нових закладів.

Тема 3. Особливості діджиталізації закладів ресторанного господарства

Автоматизація бізнес-процесів в ресторанах

Цифровізація ресторанів та барів стала абсолютно необхідною для підтримки їхньої прибутковості, а також для залучення більшої кількості клієнтів. Саме тому, у період пандемії, заклади ресторанного господарства почали впроваджувати й удосконалювати доставку страв, послуги take away, діджиталізацію та диверсифікацію своїх послуг.

Автоматизація основних бізнес-процесів на підприємствах ресторанної індустрії не лише підвищує ефективність «ведення справ», а й забезпечує високу якість послуг для клієнтів. Інформаційні системи оперативно здійснюють розрахунки з відвідувачами, керують черговою обслуговування, контролюють забезпеченість страв у меню всіма необхідними інгредієнтами на кухні. Впровадження систем оплати за картками та депозитно-дисконтних систем дозволяє різко розширити можливості закладу ресторанного господарства, організовуючи спільні акції. Системи не просто підтримують безготівкову форму оплати, а й ведуть облік постійних та корпоративних клієнтів, дозволяють керувати системою знижок та бонусів, підтримувати віддалений доступ клієнтів для формування заявок та замовлень. Великий потенціал отримують усілякі програми з підвищення лояльності клієнтів (знижки, бонуси, спеціальні пропозиції тощо), формування постійної клієнтської бази.

Метою діджиталізації процесів на підприємствах ресторанного господарства є підвищення ефективності управління підприємством за рахунок підвищення якості обслуговування гостей, залучення нових відвідувачів, мінімізації зловживань персоналу. Програми для автоматизації



Джерело: <https://zakarpattya.net.ua/News/210338-Avtomatyzatsiia-restorannoho-biznesu:-v-chomu-perevahy>

ресторану багатофункціональні, зручні для роботи, що добре об'єднують різні служби, прості в освоєнні і мають хорошу технічну підтримку.

Сучасні програми для автоматизації та інформаційні системи обліку для підприємств ресторанної індустрії дозволяють значно спростити, оптимізувати та прискорити основні та багато допоміжних бізнес-процесів.

Для автоматизації операційної діяльності підприємств ресторанного

господарства використовуються:

- ◆ локальні системи автоматизації: iiko, R-Keeper, «Парус-Ресторан», АС «Рестарт», 1С: Підприємство 8.Ресторан, «UNISYSTEM Ресторан», та ін.
- ◆ хмарні рішення: Poster, jSolutions, PosSector, IBS FastFood & Ресторан, «R-keeper7-Cloud», Quisk Resto, MICROS for Restaurants, Paloma365 та ін (Буряк, 2022).

Кожна система виконує дві основні функції: автоматизації процесу обслуговування у залі за допомогою модулю «фронт-офіс»; автоматизації обліку та контролю за допомогою «бек-офісу». Перший модуль відповідає за діяльність залу та прийом гостей, другий – слідкує за рухом продукції. Використання у підприємстві одного з модулів, за думкою експертів, є неефективним. За необхідністю модулі можуть бути пов'язані у локальній мережі та постійно обмінюватись даними як у режимі реального часу (онлайн), так і за заданим графіком (оффлайн).

Системи спроможні автоматизувати робочі місця офіціанта, бармена, касира, менеджера залу, кухаря, завідувача виробництвом, менеджера закупівель, маркетолога, бухгалтера, фінансового директора, управляючого рестораном.

Системи є багатофункціональними, до їх складу входять підсистеми: логістики, обліку виробництва страв та напівфабрикатів, організації продажів, підготовки звітів, управлінського обліку та аналізу, фінансів, маркетингу, управління персоналом, реплікації даних, регламентації прав доступу користувачів до інформації системи, обліку даних про зовнішніх контрагентів.

Система "1С: Підприємство 8. Ресторан" призначена для автоматизації фронт-офісу на підприємствах ресторанного бізнесу, а саме, таких, як: ресторанів, кафе, барів, їдалень, підрозділів харчування готельно-ресторанних комплексів, розважальних центрів тощо. Особливостями є можливість проведення попереднього налаштування системи та її адміністрування на рівні бек-офісної системи, простий і зрозумілий інтерфейс призначений для роботи з сенсорним екраном, самостійна робота без бек-офісу, велика кількість аналітичних звітів, причому більшість з них можна формувати безпосередньо з сенсорного екрану POS - терміналу. "1С: Підприємство 8", що дозволяє легко адмініструвати і допрацьовувати систему під специфічні потреби будь-якого підприємства,



Джерело: <https://obs.in.ua/news/tehnologii/27903-avtomatizatsiya-kafe-bariv-i-restoraniv-kompleksnij-oblik-ta-upravlinnya>

незалежно від його масштабу, типу і концепції. Рішення може використовуватися як в одиноких, так і мережевих підприємствах (Неїленко, 2022).

За допомогою програмного продукту можна автоматизувати такі робочі місця: офіціанта; касира; бармена; буфетника; хостес; адміністратора.

"Парус-Ресторан" призначений для автоматизації закладів ресторанного бізнесу (ресторанів, кафе, барів, клубів). У цьому програмному продукті

можна знайти усе найнеобхідніше - від повної автоматизації бізнес-процесів по обслуговуванню клієнтів до ведення фінансово-господарського, податкового і складського обліку. В результаті впровадження про-



грамного комплексу "Парус-ресторан" заклад отримує наступні переваги:

- ◆ підвищується якість сервісу, престиж закладу і лояльність клієнтів;
- ◆ забезпечується швидка обробка замовлень і обслуговування клієнтів;
- ◆ покращується узгодженість і контроль над роботою персоналу;
- ◆ здійснюється інтеграція з сучасним устаткуванням: POS- принтерами і POS- терміналами, КПК;
- ◆ ведеться облік руху матеріальних цінностей і руху товарів;
- ◆ скорочуються тимчасові витрати на пошук і аналіз інформації.

Адміністратор має можливість виконувати усі дії в системі, які передбачені для офіціантів і касирів (Морохович, 2023).

Програма для автоматизації доставки їжі – це сучасне надійне рішення для ефективного налаштування всіх процесів роботи служби доставки. Містить широкий набір інструментів для ведення обліку, контролю дій співробітників, управління службою доставки. Дозволяє в лічені секунди вирішувати завдання, які раніше вимагали багато часу і праці – формування звітності за різними показниками роботи, оновлення меню ресторану, структурування бази клієнтів, зміни в ціновій політиці, впровадження програм лояльності та багато іншого. Всі операції ведуться в електронному режимі з будь-якої точки планети.

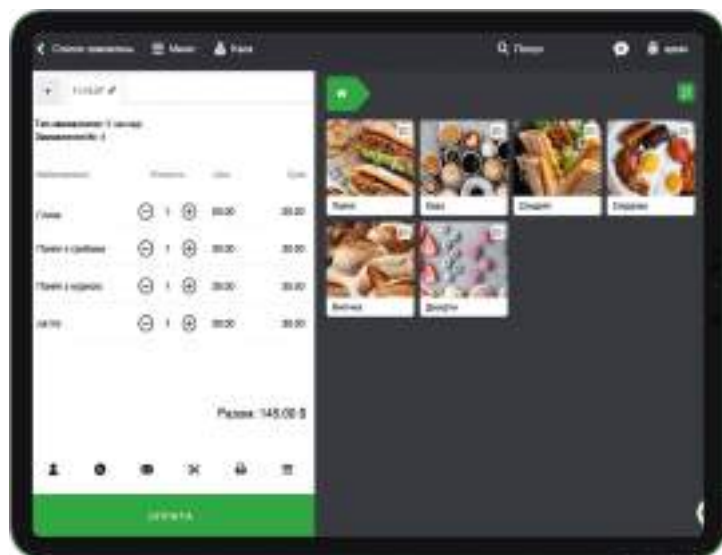
Імерсивні технології в ресторанному бізнесі

Застосування імерсивних елементів може значно покращити враження споживачів ресторанних послуг, створити унікальність і забезпечити конкурентну перевагу. Сьогодні функціонують такі аспекти впровадження імерсивних технологій в ресторанному бізнесі: віртуальні тури та екскурсії; розширена реальність для замовлень; віртуальні ресторани; тренінги та навчання персоналу; маркетинг та реклама; покращення вражень та обслуговування споживачів.



Джерело: <https://obs.in.ua/news/tekhnologii/27903-avtomatizatsiya-kafe-bariv-i-restoraniv-kompleksnij-oblik-ta-upravlinnya>

Деякі ресторани мережі вже впроваджують імерсивні технології в різних аспектах свого бізнесу, зокрема використовують віртуальні тури для презентації своїх закладів. Це дозволяє потенційним гостям зазирнути всередину ресторану, оцінити атмосферу та дизайн перед тим, як вони вирішать відвідати його фізично. Є приклади використання AR для покращення замовлень. Наприклад, за допомогою мобільних додатків споживачі можуть переглядати віртуальні версії страв за допомогою камери свого смартфона перед тим, як зробити вибір. Група ресторанів Wahasa, що базується в Великобританії, визначилася як першопроходець у впровадженні інноваційних підходів до ресторанного обслуговування, представивши у 2020 році меню, збагачене технологією доповненої реальності.



Джерело: <https://zakarpattya.net.ua/News/210338-Avtomatyzatsiia-restorannoho-biznesu:-v-chomu-perevahy>

Завдяки впровадженню QR-кодів на фізичних меню відбувається запуск AR-модуля при їхньому відкритті. AR-голограма Томасіни Мірс, яка виступає засновницею компанії Wahasa, відкриває перед гостями інноваційний світ, прокладаючи шлях для усвідомленого ознайомлення з розширеним асортиментом страв. Використання технології доповненої реальності

в цьому контексті перетворює простий акт вибору їжі в захоплюючий і взаємодійовий досвід. Кожен QR-код на фізичному меню роз-

криває перед відвідувачем чарівний портал в AR-вимір, де голограма Томасіни Мірс особисто допомагає орієнтуватися серед великого розмаїття страв. Гості мають можливість переглядати світлини та читати захоплюючі описи кулінарних шедеврів, надаючи їм повний обсяг інформації для інформованого вибору. Цей крок Wahasa в сфері гастрономічних технологій демонструє не лише їхнє прагнення до інновацій, але й вміння забезпечити гостям неперевершений ресторанный досвід, де традиційне меню перетворюється в абсолютно новий рівень взаємодії (Бондар, 2022).



Джерело: <https://hotel-solution.com.ua/news/revolution-in-hospitality-top-innovations-of-the-last-decade>

З'явилися ідеї віртуальних ресторанів, де гості можуть взаємодіяти з імерсивними середовищами під час прийому їжі. Це може включати в себе використання віртуальної реальності або проєкцій для створення унікального досвіду. В травні 2020 року компанія SnapChat ввела в обіг інноваційну серію AR-лінз, яка змогла трансформувати спосіб взаємодії користувачів з ресторанами. Ці AR-лінзи створювали 3D-імерсивне середовище, що реплікувало атмосферу таких популярних закладів, як Buffalo Wild Wings, Cheesecake Factory та Baskin Robbin. Завдяки цій ініціативі SnapChat, користувачі отримали унікальну можливість занурюватися у віртуальну реальність, де їхні сенсорні враження поєднувалися з візуальною імерсією. Ця інновація сприяла значному зростанню мобільних замовлень у ресторанному бізнесі. Застосування AR-лінз не

лише розширило можливості взаємодії із закладами ресторанного бізнесу, але й викликало новий рівень ентузіазму серед користувачів, які отримали можливість експериментувати та сприймати атмосферу ресторанів безпосередньо через свої мобільні пристрої. Цей високотехнологічний підхід до залучення гостей виявився дієвим і відкрив нові перспективи в галузі маркетингу та продажів у сфері гастрономії (Кирніс, 2024).

Імерсивні технології використовуються для навчання персоналу в ресторанах, де вони можуть вивчати та практикувати процеси обслуговування, спілкування з гостями та інші аспекти роботи. Наприклад, Domino's використовує віртуальну реальність для навчання свого персоналу. Вони розробили VR-симулятор для тренування кур'єрів у безпечній та ефективній доставці. TGI Fridays використовував віртуальну реальність для створення унікального досвіду для своїх гостей. В деяких ресторанах були встановлені VR-буфети, які дозволяли гостям спробувати різні страви та напої у віртуальному середовищі перед замовленням (Дишкантюк, 2023).



Джерело: <https://obs.in.ua/news/tehnologii/27903-avtomatizatsiya-kafe-bariv-i-restoraniv-kompleksnij-oblik-ta-upravlinnya>

Віртуальна реальність (VR) може відігравати важливу роль в покращенні вражень та обслуговуванні споживачів у ресторанах. Виділимо позитивні аспекти використання VR для покращення вражень та обслуговування споживачів:

- ◆ імерсивний досвід;
- ◆ віртуальний кулінарний досвід та подорожі;
- ◆ персоналізований сервіс;
- ◆ тестування та оцінка.

VR дозволяє гостям потрапити в інший світ, де вони можуть бути повністю поглинуті атмосферою ресторану. Вони можуть відчувати, наче перебувають у самому ресторані, незалежно від своєї фізичної локації.

Це створює незабутні враження та зміцнює зв'язок з гостем. За допомогою VR-технологій можна створювати імерсивні кулінарні досвіди, де користувачі можуть взаємодіяти зі шеф-кухарем або виконувати віртуальні кулінарні завдання, такі як приготування страв або фуддизайн. Це дає можливість навчатися новим кулінарним технікам та експериментувати зі своїми навичками безпосередньо в своєму домашньому просторі.



Джерело: <https://systemgroup.com.ua/en/otrasl/avtomatizaciya-horeca-kafe-restorana-kofeyni>

VR може дозволити споживачам відкрити для себе різноманітні кулінарні культури та страви з усього світу. Вони можуть відправитись у віртуальну подорож та спробувати нові страви, відчуваючи їхню атмосферу та смаки. Це розширює меню ресторану та надає споживачам більше варіацій та вибору. Завдяки VR, ресторани можуть створити персоналізований досвід для кожного

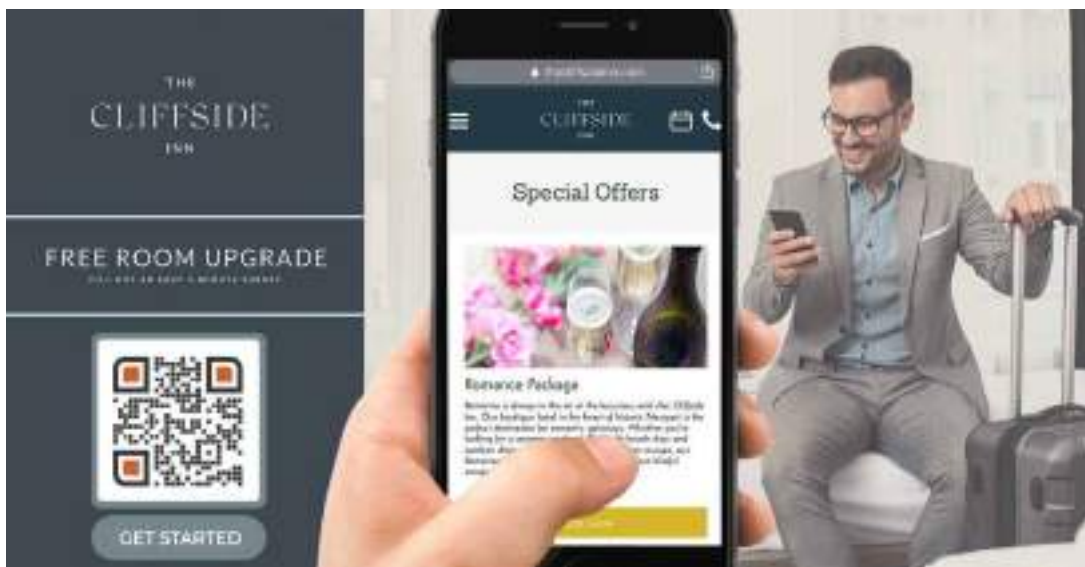
споживача. Наприклад, споживачі можуть мати можливість обирати свою віртуальну обстановку, налаштовувати своє меню або спілкуватись з віртуальним персоналом. Це дає відчуття унікальності та індивідуального підходу до кожного гостя.

VR може бути використана для тестування нових ідей, концепцій та дизайну ресторану. Ресторанні власники можуть створювати віртуальні моделі свого простору та перевіряти ефективність розміщення столів, декору та інших аспектів. Це дозволяє зменшити ризики та зайві витрати при фізичному переплануванні. В цілому, віртуальна реальність додає новий підхід до обслуговування гостей у ресторанах. Вона створює більш інтерактивну та особисту взаємодію між рестораном та його гостями, сприяючи покращенню їхнього досвіду та задоволеності. Уні-

кальні та захоплюючі ресторанны досвіди стають все популярнішими серед ресторанів, оскільки вони привертають увагу гостей і створюють незабутні враження.

Можливо виділити наступні способи, які ресторани використовують для підвищення залученості гостей та забезпечення інтерактивності у споживанні страв: тематичні ресторани; інтерактивне приготування страв; ігрові елементи.

Ресторани, які пропонують унікальні тематики або концепції, можуть створити захоплюючий досвід для гостей. Наприклад, ресторан, у якому обслуговують в стилі середньовіччя, де гості можуть переодягтися у відповідні костюми або брати участь у шоу. Ресторани можуть запропонувати гостям можливість спостерігати або брати участь у процесі приготування страв. Наприклад, відкрита кухня, де гості можуть спостерігати, як шеф-кухарі готують страви на очах у них, або ресторан зі столами з вбудованими плитами, де гості можуть самостійно готувати де-



Джерело: <https://systemgroup.com.ua/en/otrasl/avtomatizaciya-horeca-kafe-restorana-kofeyni>

які страви. Можливим є використання AR-технології для створення захопливих інтерактивних елементів. Наприклад, розміщення віртуальних об'єктів або персонажів у просторі ресторану, які можна бачити за допомогою спеціальних пристроїв, що додають нові розміри до досвіду споживання страв. Ресторани можуть включати ігрові елементи, що

стимулюють участь гостей та роблять процес споживання страв більш захоплюючим. Наприклад, введення квестів або головоломок, які гості можуть розв'язати під час прийому їжі, або організація тематичних вечірок з іграми та розвагами. Ці підходи допомагають ресторанам створювати незабутні враження та розширювати рамки традиційного споживання страв. Вони стимулюють зацікавленість гостей, роблять візит до ресторану більш захоплюючим і залишають позитивні спогади, що сприяє підвищенню задоволення та лояльності споживачів.

Віртуальна реальність (VR) є потужним інструментом для маркетингу та просування ресторану, оскільки вона надає можливість створювати вражаючі рекламні кампанії та імерсивні віртуальні досвіди для споживачів. Наприклад, HTC VIVE Pro Eye, що нагороджений премією CES 2020 Innovation Award, включає в себе розширену функціональну можливість відслідковування очей в гарнітурі VR. Ця нова функція дозволяє відслідковувати залученість та поведінку користувачів під час віртуальних демонстрацій продуктів, розкриваючи ідеї, які можуть краще інформувати бізнес-рішення (Олійник, 2023).

Не зважаючи на ці виклики, широке застосування імерсивних технологій в ресторанному бізнесі принесе значні переваги, такі як покращення вражень споживачів, підвищення залученості та створення унікальних концепцій закладів. За розвитку технологій та зниження вартості обладнання можна очікувати поширення імерсивних технологій у ресторанній галузі та збільшення його значення для покращення бізнесу та задоволення споживачів ресторанних послуг.

Завдяки VR гості можуть віртуально оглянути ресторан, його інтер'єр, атмосферу та особливості обслуговування. Це дозволяє потенційним гостям ознайомитися з рестораном до фактичного візиту, створюючи враження реальності і привертаючи їх увагу. Наприклад, ресторани, що спеціалізуються на проведенні весіль та подій, можуть створювати віртуальні тури, щоб показати потенційним нареченим та організаторам подій свої приміщення для банкетів, декор та можливості розстановки столів. Це допоможе споживачам прийняти рішення про вибір місця для святкування. Віртуальні тури можуть бути доступні на веб-сайтах ресторанів, а також через спеціальні додатки або платформи віртуальної реальності. Це дозволяє споживачам відчувати атмосферу та вирішити, чи

вони хочуть відвідати конкретний заклад. Такі вражаючі віртуальні демонстрації можуть збільшити інтерес споживачів та підвищити їхню зацікавленість у відвідуванні ресторану.

VR дозволяє створювати інтерактивні та захоплюючі рекламні матеріали. Ресторани можуть створювати відео-огляди, віртуальні екскурсії або історії приготування страв, які допоможуть показати унікальність та особливості їхнього закладу.

Використання VR може створити унікальні простори або сценарії, де гості можуть брати участь у віртуальних подіях або спеціальних акціях. Наприклад, він може запропонувати віртуальну дегустацію, де споживачі можуть спробувати різні страви та напої, не виходячи з дому. Наприклад, ресторан може організувати віртуальні дегустації, кулінарні майстер-класи або ексклюзивні вечірки. Такі акції створюють новий інтерактивний досвід, який привертає увагу та зацікавлює споживачів.

Під час віртуальних дегустацій споживачі можуть насолоджуватися різноманітними стравами та напоями, отримуючи при цьому інформацію про їх склад та походження. Завдяки віртуальній реальності споживачі можуть відчувати атмосферу закладу та взаємодіяти з кухарями або сомельє, які проводять дегустацію. Це дозволяє розширити межі класичної дегустації та залучити гостей з різних місць.

Ресторани можуть проводити віртуальні кулінарні майстер-класи, під час яких шеф-кухарі демонструють приготування різних страв. Споживачі можуть спостерігати за процесом готування, отримувати пояснення та поради від експертів. Це відмінний спосіб навчитися новим кулінарним технікам та спробувати приготувати страви разом з професіоналами, не виходячи з дому.

Ресторани можуть організовувати віртуальні ексклюзивні вечірки, під час яких споживачі можуть насолоджуватися спеціальним меню, музикою та розвагами, причому все це відбувається у віртуальній реальності. Такі вечірки можуть мати певну тематику, наприклад, вечірка на березі моря, карнавал або гала-вечірка. Це дозволяє ресторанам створювати незабутні враження та залучати гостей, які шукають унікальний досвід.

VR може створити унікальні досвіди для постійних гостей, які допоможуть зміцнити їхню лояльність. Наприклад, ресторан може запропонувати програму віртуальних бонусів або привілеїв, де споживачі отримують доступ до ексклюзивних віртуальних змагань або подій.

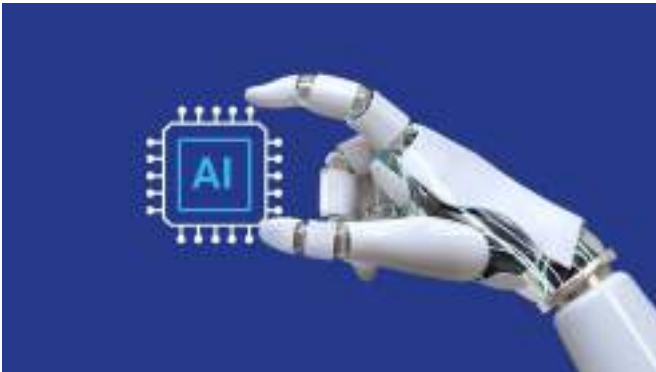
Ресторан може створити вражаючі рекламні відео або інтерактивні демонстрації за допомогою VR. Наприклад, він може показати процес приготування страв з унікальними рецептами або представити новітні кулінарні техніки. Це допомагає привернути увагу аудиторії, створити емоційний зв'язок та зацікавити нових гостей.

Реклама на соціальних медіа. Ресторан може використовувати VR-відео або інтерактивні демонстрації для реклами на платформах соціальних медіа. Наприклад, він може створити відеоогляд відвідування ресторану у вигляді віртуального туру та поділитися ним на Facebook, Instagram або YouTube. Це привертає увагу користувачів і стимулює їх відвідати ресторан.

Застосування цифрових технологій просування закладів ресторанного господарства

«Цифрова ідентичність» пов'язана з комплексом даних клієнтів на основі їхніх онлайн-дій (замовлень, покупок, навігацій, роботи в мережі, пошукових операцій тощо). Тож дані з анонімних джерел у ресторанах, із теплових карток і розумних дзеркал можуть бути використані штучним інтелектом для надання висновків про залучення та інтерес клієнтів. Все це актуалізує цифровізацію ресторанного бізнесу у ролі процесу, пов'язаного з покращенням та трансформацією бізнес-операцій підприємств ресторанного господарства, бізнес-функціями, бізнес-моделями чи процесами, діяльністю в цілому через застосування цифрових технологій та використання перетворених цифрових даних для отримання бізнес-переваг. Цифровізація ресторанного бізнесу відбувається завдяки застосуванню закладами комплексу цифрових технологій та процесів.

Основні з них ототожені з використанням QR-кодування, наданням споживачам цифрової інформації через електронні пристрої, здійсненням дистанційного спілкування із замовниками послуг через спеціалізо-



Джерело: <http://edu-post-diploma.kharkov.ua/?news=%D1%82%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%96%D0>

вані вебсайти, сторінки в соціальних мережах, спеціалізовані мобільні застосунки, спеціалізовані чат-боти тощо, застосуванням спеціальних інформаційних програм управління закладом, забезпеченням здійснення електронної оплати послуг тощо (Бовш, 2022).

Для ресторанних підприємств актуальним є використання таких цифрових технологій: соціальних медіа, великих даних, е-комерції, інтернету речей (IoT), роботизації, штучного інтелекту, адитивних технологій (3D-друку), блокчейну, біометричних технологій, технології RFID тощо.

Важливими є такі соціальні мережі та месенджери, які використовуються для smm-просування інноваційних послуг: Instagram, Facebook, TikTok, Telegram, Viber, Snapchat. Дійовими інструментами smm-просування є:

Важливими є такі соціальні мережі та месенджери, які використовуються для smm-просування інноваційних послуг: Instagram, Facebook, TikTok, Telegram, Viber, Snapchat. Дійовими інструментами smm-просування є:

- ◆ ретаргетинг (стратегічний рекламний спосіб нагадати користувачам про товари й послуги, які раніше їх зацікавили, та повернути на сайт для завершення замовлення чи придбання);
- ◆ таргетинг (один із механізмів маркетингу, який дозволяє з усіх користувачів в інтернеті виділити цільову аудиторію за певними критеріями та зробити акцент на кількох цінних для ресторанного бізнесу групах; вибір потенційних клієнтів, яким бізнес хоче продавати товари або послуги);
- ◆ реклама у блогерів (ненав'язливе інформування про товар або послугу, маркетинг впливу (influence marketing), Наприклад, розповідь блогера у своїй соціальній мережі про похід із друзями в ресторан, отримані там позитивні відчуття, кумедний випадок. Легка згадка про ресторан не була прямою рекламою, однак, запам'яталася дописувачам);

- ◆ співпраця з інфлуенсерами (людьми, думки яких значущі серед певних соціальних груп, у соціальних мережах, для цільових аудиторій (наприклад, Instagram, Facebook, YouTube, Twitter, TikTok). Залучення інфлуенсера сприятиме підвищенню лояльності до підприємства ресторанного бізнесу, збільшенню затребуваності товарів і послуг, підвищенню продаж, отже, і доходів, поліпшенню авторитету бренду за наявності репутаційних проблем) (Чайка, 2023).



Джерело: <https://elements.envato.com/ru/graphics/illustrations/%D1%81%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B5%D1%80/compatible-with-sketch>

Ефективна технологія «Великі дані» (Big Data) дає змогу швидко обробляти великі масиви інформації для виведення ресторанного бізнесу на новий рівень. Це технологія пов'язана зі збиранням, зберіганням та аналізом значних розмірів інформації з різноманітних джерел: соціальних мереж, додатків, інтернет-ЗМІ, форумів, даних стільникового зв'язку тощо. Оброблення Big Data допомагає з визначенням поведінкових та інших характеристик цільової аудиторії підприємства в цілому, надаваної послуги або пропонованого продукту. Отримані дані уможливають прогнозування поведінки замовників послуг, прибутку або тенденцій у використанні, розуміння та визначення факторів впливу на рішення в процесі купівлі, поліпшення комунікації між ресторанним бізнесом та клієнтами.

Електронна комерція пов'язана з можливістю для клієнтів перегляду, замовлення та купування товарів і послуг будь-коли та будь-де, направленням за адресою, детальним інформуванням щодо товарів/послуг/сервісу. Уможливорюється порівнювання пропозиції різноманітних підприємств, установ, закладів, вибір найвигідніших з точки зору економії часу та грошей. Переваги для організацій полягають у значному розширенні території комерційної діяльності, підвищенні результативності бізнес-процесів, реальній фінансовій ощадливості. Послуги з надання всього діапазону сервісів для пропонування можливим клієнтам –

нині популярний вид електронної комерції, особливо для підприємств ресторанного бізнесу.

Роботизація як цифрова технологія майбутнього передбачає використання роботів у ролі технічного персоналу для прибирання приміщень, миття посуду; у сервісному процесі закладів ресторанного господарства вони залучаються до прийому відвідувачів, прийому замовлень та їхньої доставки, автоматизації процесів, що сприяє зниженню вартості сервісу. Окрім того, вони можуть здійснювати роботу адміністратора, служби доставки, охоронця за використання функцій розпізнавання мови для надання відповіді на запити клієнтів. Використання роботів також здійснюється з метою зацікавлення гостей своєрідним ноу-хау та заощадження коштів через зниження вартості праці. Однак, роботи та їхнє обслуговування з точки зору техніки і технологій є недешеві, а виготовлення індивідуальним, що утруднює процес масової роботизації підприємств ресторанної справи.

Роль штучного інтелекту для функціонування закладів ресторанного бізнесу зростає щороку. Із початком запровадження систем штучного інтелекту customer-to-customer та item-to-item пов'язана діяльність сайтів доставлення їжі, аналіз замовлення клієнтів та виявлення закономірностей їхніх уподобань. Це створює можливість автоматичної пропозиції щодо вибору певного сету, страви та доцільних доповнень до замовлення, що зі свого боку збільшить середній чек. Штучний інтелект здатний забезпечити оформлення замовлення за допомогою голосового управління, розумні кіоски розпізнають обличчя відвідувачів і пропонують їм замовити їхні улюблені страви і напої, допомагає автоматизувати поширення кадрових оголошень на популярних платформах та вирішити кадрові питання; здійснювати обслуговування обладнання та автоматичні закупівлі.



Джерело: <https://elements.envato.com/ru/graphics/illustrations/%D1%81%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B5%D1%80/compatible-with-sketch>

Аддитивні технології (3D-друку) використовують тривимірний друк для створення їжі. Піонером виступила американська компанія 3D Systems, яка відкрила центр харчового друку. Це скорочує час на приготування їжі, уможлиблює індивідуальний підбір її складу для споживачів з урахуванням їхніх смаків, забезпечення необхідними вітамінами і мікроелементами залежно від потреб організму. Доцільним є також використання технології доповненої реальності для створення можливості гостям розглянути 3D-модель вибраної ними страви, подивитися на змодельований процес її приготування та прийняти рішення щодо доцільності замовлення.

Блокчейн – новітня технологія, котра здатна допомогти підприємствам ресторанного бізнесу у стратегічному плануванні та управлінні. Сфера

обслуговування, окрім усвідомлення значущості технології, має працювати над її імплементацією в процес обслуговування споживачів і постачальників, створенням нових продуктів чи послуг. Так, використання блокчейн-технології пов'язане з онлайн-оглядами клієнтів, март-контрактами, туристичними порталами на основі блокчейну, обробленням онлайн-платежів і управлінням ланцюгами постачань (Нещадим, 2022).



Презентація до теми
<https://vcolnuft.volyn.ua>

Уже нині підприємства ресторанного бізнесу змушені боротися за споживачів, розробляючи та надаючи унікальні послуги з використанням усіх можливих сучасних технологій: інтерактивних, цифрових, мультимедійних, івент-менеджменту тощо. Неодмінним стає процес цифровізації ресторанного бізнесу, під яким розуміємо уможливлення, покращення та/або трансформацію бізнес-операцій підприємств ресторанного господарства, розроблення нових бізнес-функцій, бізнес-моделей чи процесів, діяльність у цілому через застосування цифрових технологій та використання перетворених цифрових даних задля отримання бізнес-переваг.

Засоби моніторингу до теми



1. Дискусійне обговорення основних положень теми.
2. Ситуаційні завдання.

Ситуаційне завдання 1. Віртуальний тур рестораном

Новий ресторан преміум-класу хоче запропонувати потенційним клієнтам можливість здійснити віртуальний тур закладом, щоб ознайомитися з інтер'єром, меню та атмосферою.

Завдання:

1. Розробіть концепцію віртуального туру (які зони показати, які елементи підкреслити).
2. Запропонуйте, через які платформи (вебсайт, соціальні мережі) і в якому форматі слід презентувати тур.
3. Опишіть, як цей інструмент може вплинути на вибір клієнтів при бронюванні столиків.

Ситуаційне завдання 2. Доповнена реальність для меню

Ресторан середнього цінового сегменту планує впровадити доповнену реальність (AR), яка дозволить клієнтам сканувати QR-коди в меню та бачити 3D-візуалізацію страв перед замовленням.

Завдання:

1. Розробіть ідеї для використання AR у меню (наприклад, опис страв, історія інгредієнтів, рекомендації щодо напоїв).
2. Оцініть технічні та фінансові виклики впровадження цієї технології.
3. Запропонуйте спосіб популяризації цієї функції серед клієнтів.

Ситуаційне завдання 3. Імерсивні вечери з використанням VR

Ресторан високої кухні хоче запропонувати своїм клієнтам унікальний досвід: вечери з використанням окулярів віртуальної реальності (VR), які перенесуть гостей у тематичні локації, наприклад, на виноградники Франції чи до океанського узбережжя.

Завдання:

1. Розробіть концепцію імерсивної вечери, враховуючи тематику, тривалість VR-ефекту та синхронізацію з меню.
2. Запропонуйте маркетингову стратегію для просування такого заходу.
3. Як можна виміряти ефективність цієї ініціативи з точки зору залучення клієнтів та їх задоволення?

Ситуаційне завдання 4. Інтерактивний інтер'єр із доповненою реальністю

Ресторан з сімейною аудиторією вирішує створити інтерактивний інтер'єр з елементами доповненої реальності. Наприклад, стіни та столи змінюють вигляд залежно від теми дня або сезону, а діти можуть грати в інтерактивні AR-ігри, поки чекають на замовлення.

Завдання:

1. Опишіть, які технології можна використати для реалізації цієї ідеї.
2. Розробіть тематику для інтерактивного оформлення (наприклад, казкові персонажі, подорож у космос).
3. Оцініть переваги такого рішення для сімейної аудиторії та можливий вплив на тривалість відвідування ресторану.



Ситуаційне завдання 5. Імерсивний контент для соціальних мереж

Ресторан хоче використовувати імерсивні технології для створення унікального контенту в соціальних мережах. Наприклад, відео у форматі 360° або інтерактивні історії в Instagram, які демонструють атмосферу закладу та приготування страв.

Завдання:

1. Запропонуйте сценарій для створення відео у форматі 360° про роботу ресторану.
2. Розробіть концепцію інтерактивних історій, які можна реалізувати через Instagram чи TikTok.
3. Як ви оцінюватимете ефективність такого контенту для залучення аудиторії?

Ситуаційне завдання 6. Гейміфікація для клієнтів через AR

Ресторан у стилі фаст-фуд планує залучити більше молодіжної аудиторії за допомогою гейміфікації. Клієнти зможуть брати участь у інтерактивних AR-іграх, скануючи упаковки чи QR-коди в закладі, та отримувати знижки або бонуси.

Завдання:

1. Розробіть ідею гри (завдання, сюжет, механіка отримання винагороди).
2. Як ви заохотите клієнтів ділитися своїм досвідом у соціальних мережах?
3. Оцініть, як такі технології вплинуть на відвідуваність ресторану.



Ситуаційне завдання 7. Створення VR-простору для бронювання заходів

Ресторан, який орієнтується на проведення корпоративних заходів і свят, хоче створити VR-простір, де клієнти зможуть попередньо переглядати варіанти оформлення залів, розташування меблів і декору.

Завдання:

1. Запропонуйте функції VR-простору, які допоможуть клієнтам зробити вибір.
2. Як ви інтегруєте VR-простір у процес бронювання?
3. Оцініть, які вигоди ресторан отримає від впровадження цієї технології.

Ситуаційне завдання 7. Створення VR-простору для бронювання заходів

Ресторан, який орієнтується на проведення корпоративних заходів і свят, хоче створити VR-простір, де клієнти зможуть попередньо переглядати варіанти оформлення залів, розташування меблів і декору.

Завдання:

1. Запропонуйте функції VR-простору, які допоможуть клієнтам зробити вибір.
2. Як ви інтегруєте VR-простір у процес бронювання?
3. Оцініть, які вигоди ресторан отримає від впровадження цієї технології.



Ситуаційне завдання 8. Вибір цифрової платформи для просування

Ви є маркетологом нового ресторану в середньому ціновому сегменті. Ресторан пропонує страви локальної кухні, орієнтуючись на молодь та туристів. Бюджет на рекламу обмежений.

Завдання:

1. Оберіть цифрові платформи (соціальні мережі, онлайн-реклама, сайти відгуків), які найкраще підійдуть для просування ресторану.
2. Обґрунтуйте свій вибір, враховуючи цільову аудиторію та бюджет.
3. Розробіть план контенту для обраних платформ на перший місяць роботи.

Ситуаційне завдання 9. Аналіз відгуків та управління репутацією

У ресторані, який функціонує понад рік, почала з'являтися велика кількість онлайн-відгуків. Деякі з них позитивні, але є й критичні щодо якості обслуговування та часу очікування.

Завдання:

1. Розробіть алгоритм роботи з онлайн-відгуками (як реагувати на позитивні та негативні коментарі).
2. Запропонуйте стратегію поліпшення репутації ресторану в інтернеті.
3. Як ви використаєте відгуки для покращення внутрішніх бізнес-процесів?

Ситуаційне завдання 10. Розробка акційної кампанії в соціальних мережах

Ресторан запускає нове сезонне меню. Керівництво хоче провести акційну кампанію для залучення нових клієнтів через соціальні мережі.

Завдання:

1. Запропонуйте концепцію акції (наприклад, знижки, подарунки, безкоштовна доставка).
2. Розробіть текст і візуальний контент для публікації в соціальних мережах.
3. Визначте метрики для оцінювання успішності кампанії (кількість лайків, переглядів, замовлень тощо).

Ситуаційне завдання 11. Використання інструментів таргетованої реклами

Новий ресторан швидкого харчування відкривається у спальному районі міста. Ваша мета — інформувати про відкриття та залучити перших клієнтів за допомогою таргетованої реклами в соціальних мережах.

Завдання:

1. Складіть профіль цільової аудиторії для налаштування таргетингу (вік, інтереси, місце проживання).
2. Запропонуйте ключові повідомлення, які найкраще привернуть увагу цієї аудиторії.
3. Опишіть кроки для запуску рекламної кампанії у Facebook чи Instagram.



Ситуаційне завдання 12. Створення програми лояльності через мобільний додаток

Ресторан хоче запустити програму лояльності через власний мобільний додаток. Ідея полягає в нарахуванні бонусів за кожне замовлення, які клієнти зможуть обмінювати на безкоштовні страви чи знижки.

Завдання:

- 1.Опишіть структуру програми лояльності (як нараховуються бонуси, які винагороди пропонуються).
- 2.Запропонуйте стратегію просування мобільного додатка серед клієнтів.
- 3.Визначте переваги для бізнесу від впровадження такої програми.

Ситуаційне завдання 13. Впровадження контент-маркетингу

Ви працюєте у ресторані, який спеціалізується на вегетаріанських стравах. Клієнти цікавляться походженням продуктів, рецептами страв і здоровим харчуванням.

Завдання:

- 1.Розробіть ідеї для статей або відео-контенту, які можна публікувати в блозі ресторану або на YouTube.
- 2.Опишіть, як такі матеріали вплинуть на залучення та утримання клієнтів.
- 3.Запропонуйте графік публікацій для реалізації стратегії контент-маркетингу.



Ситуаційне завдання 14. Використання інфлюенсерів для просування ресторану

Ресторан преміум-класу планує співпрацювати з блогерами для збільшення впізнаваності бренду.

Завдання:

1. Виберіть критерії для пошуку інфлюенсерів, які найкраще підходять для просування ресторану.
2. Складіть пропозицію для співпраці з інфлюенсером (що запропонувати і що очікувати від блогера).
3. Опишіть способи оцінки ефективності кампанії з інфлюенсерами.

Висновки

Посібник висвітлює ключові аспекти трансформації ресторанного бізнесу в умовах сучасних викликів. Розглянуті теми підкреслюють важливість екологічної відповідальності, інноваційних форматів закладів та впровадження цифрових технологій як основних напрямків розвитку ресторанної галузі.

Аналіз особливостей екологізації дозволяє дійти висновку, що сталий розвиток є не лише моральною вимогою сучасного суспільства, а й конкурентною перевагою для ресторанних підприємств. Впровадження безвідходного виробництва, використання локальних і органічних продуктів, мінімізація екологічного сліду — це основні інструменти, які дозволяють закладам зберігати довкілля та відповідати потребам екологічно свідомих споживачів.

Сучасний ресторанний ринок України демонструє динамічний розвиток та адаптацію до світових тенденцій. Серед найбільш перспективних форматів виділяються еко-ресторани, які поєднують високоякісне обслуговування, здорове харчування та екологічну відповідальність. Їх популярність зростає завдяки підвищенню обізнаності клієнтів щодо сталого споживання. Крім того, успішний розвиток ресторанного бізнесу в Україні залежить від інтеграції локальних традицій із глобальними інноваціями.

Упровадження цифрових технологій є важливою умовою ефективності ресторанного господарства. Автоматизація бізнес-процесів дозволяє підвищити точність управління запасами, пришвидшити обслуговування та зменшити операційні витрати. Імерсивні технології, такі як віртуальна та доповнена реальність, відкривають нові можливості для створення унікального клієнтського досвіду. Цифрові стратегії просування, що включають використання соціальних мереж, CRM-систем і онлайн-платформ, підвищують видимість закладів та зміцнюють зв'язок із клієнтами.

Сучасний ресторанний бізнес потребує інтеграції екологічних принципів, інноваційних форматів та цифрових технологій для збереження

конкуентоспроможності та відповідності запитам суспільства. Екологізація, сталий розвиток і діджиталізація не лише сприяють покращенню операційної діяльності, але й забезпечують довгострокову цінність для бізнесу.

Посібник надає всебічний аналіз основних напрямків трансформації ресторанного господарства, пропонує практичні рекомендації та сприяє формуванню системного розуміння сучасних тенденцій у цій галузі. Його вивчення стане корисним як для студентів, так і для фахівців, які прагнуть покращити свій професійний рівень та успішно адаптуватися до викликів ресторанного ринку.

Глосарій

AI та машинне навчання - використання штучного інтелекту для автоматизації процесів, таких як персоналізація рекомендацій, управління запасами чи оптимізація меню.

AR/VR-технології - технології віртуальної або доповненої реальності для створення інтерактивного досвіду, наприклад, перегляду 3D-моделей страв у меню.

POS-система - комплекс програмного і апаратного забезпечення для обліку продажів, керування замовленнями, контролю запасів і здійснення платежів у ресторанах.

Безвідходне виробництво (Zero Waste) – це практика організації роботи так, щоб звести до мінімуму утворення відходів, зокрема через повторне використання, переробку та компостування.

Біорозкладні матеріали - матеріали, які розкладаються під впливом природних умов (мікроорганізмів, вологи, температури), не забруднюючи довкілля.

Веганське меню - меню, яке виключає всі продукти тваринного походження, включаючи м'ясо, молоко, яйця та мед.

Вегетаріанське меню – це меню, що не містить м'ясних продуктів і пропонує страви на основі овочів, фруктів, круп, горіхів і молочних продуктів.

Відгуки та рейтинги онлайн - платформи, що дозволяють клієнтам залишати відгуки про ресторан, які впливають на його репутацію та формують довіру нових відвідувачів.

Відновлювані джерела енергії – це енергетичні ресурси, що постійно поновлюються в природі, такі як сонячна енергія, вітер або геотермальні джерела.

Віртуальний ресторан - ресторан, який існує лише онлайн і орієнтований виключно на доставку їжі, без фізичної локації для відвідувачів.

Доставка "останньої милі" - технологічні рішення для оптимізації доставки їжі від ресторану до кінцевого споживача, включаючи геолокацію, відстеження кур'єра та прогнозування часу доставки.

Екологічний слід – це показник впливу людини або організації на довкілля, що визначається кількістю використаних природних ресурсів та утворених відходів.

Екоресторан - заклад, що працює за принципами екологічної відповідальності, включаючи використання органічних продуктів, зменшення відходів, енергозбереження та підтримку місцевих виробників.

Еко-сертифікація - офіційне підтвердження, що продукти чи послуги відповідають екологічним стандартам (наприклад, сертифікати "Organic" або "EU Eco-label").

Еко-упаковка – це пакувальні матеріали, які є біорозкладними, придатними для вторинної переробки або виготовлені з відновлюваних ресурсів.

Енергозберігаючі технології – це технології, які дозволяють зменшити споживання енергії, наприклад, світлодіодне освітлення або обладнання з класом енергоефективності "А".

Кіоски самообслуговування - електронні термінали, які дозволяють клієнтам самостійно оформлювати замовлення та оплачувати рахунки без участі персоналу.

Кліматично нейтральний ресторан – це заклад, який компенсує свої викиди вуглекислого газу, наприклад, через підтримку програм висадки дерев чи інші екологічні ініціативи.

Компостування – це біологічний процес перетворення органічних відходів (наприклад, харчових залишків) на добриво для ґрунту.

Кухонний моніторинговий екран - система, яка показує кухарям цифрові замовлення, автоматизує їхній розподіл і відстежує статус виконання.

Локальні продукти – це сільськогосподарська чи харчова продукція, виготовлена в певному регіоні поблизу місця споживання, що зменшує екологічний слід від транспортування.

Онлайн-замовлення - сервіс, який дозволяє клієнтам замовляти їжу через вебсайти або мобільні додатки, інтегровані з внутрішніми системами ресторану.

Органічні продукти – це вирощені без застосування синтетичних добрив, пестицидів, гормонів росту чи генетично модифікованих організмів.

Роботизоване обслуговування – це використання роботів для виконання функцій офіціантів, доставки замовлень до столиків або надання інформації клієнтам.

Розумна кухня - використання інтернету речей (IoT), автоматизованих пристроїв та сенсорів для підвищення ефективності приготування їжі, моніторингу запасів і зменшення відходів.

Сезонність продуктів – це використання у меню лише тих інгредієнтів, які є в природний сезон їхнього дозрівання, що сприяє збереженню смаку і мінімізації використання консервантів.

Соціальна відповідальність – це добровільні дії компаній, спрямовані на покращення умов життя громади чи збереження довкілля.

Сталий розвиток – це концепція, що передбачає гармонійний розвиток економіки, суспільства та довкілля, враховуючи потреби теперішнього покоління без шкоди для майбутніх.

Філософія "Farm-to-Table" – це принцип роботи ресторанів, що базується на співпраці з локальними фермерами для доставки найсвіжіших продуктів безпосередньо до кухні ресторану.

Фудшеринг – це ініціатива передачі надлишків їжі (наприклад, невикористаних продуктів або готових страв) благодійним організаціям чи потребуючим.

Хмарна кухня - формат кухні, яка обслуговує виключно онлайн-замовлення і працює для кількох брендів одночасно, оптимізуючи витрати.

Цифрове меню - меню, доступне в електронному форматі через QR-код, мобільні додатки або інтерактивні екрани, що дозволяє легко змінювати страви, ціни чи спеціальні пропозиції.



Чат-бот - віртуальний асистент, інтегрований у сайти чи месенджери, який допомагає клієнтам бронювати столики, робити замовлення чи отримувати відповіді на поширені запитання.

Glossary

AI and machine learning - the use of artificial intelligence to automate processes such as personalized recommendations, inventory management or menu optimization.

AR/VR technologies - virtual or augmented reality technologies for creating interactive experiences, such as viewing 3D models of dishes on the menu.

A POS system - a set of software and hardware for sales accounting, order management, inventory control and payment processing in restaurants.

Zero Waste - the practice of organizing work in such a way as to minimize waste generation, in particular through reuse, recycling and composting.

Biodegradable materials are materials that decompose under the influence of natural conditions (microorganisms, moisture, and temperature) without polluting the environment.

Vegan menu - a menu that excludes all animal products, including meat, milk, eggs and honey.

Vegetarian menu is a menu that does not contain meat products and offers dishes based on vegetables, fruits, cereals, nuts and dairy products.

Online reviews and ratings are platforms that allow customers to leave feedback about a restaurant, which affects its reputation and builds the trust of new visitors.

Renewable energy sources are energy resources that are constantly renewed in nature, such as solar energy, wind or geothermal sources.

A virtual restaurant is a restaurant that exists only online and is focused exclusively on food delivery, without a physical location for visitors.

Last-mile delivery - technological solutions to optimize food delivery from the restaurant to the end consumer, including geolocation, courier tracking and delivery time prediction.

Ecological impact is an indicator of the impact of a person or organisation on the environment, determined by the amount of natural resources used and waste generated.

An eco-restaurant is an establishment that operates on the principles of environmental responsibility, including the use of organic products, waste reduction, energy saving and support for local producers.

Eco-certification is an official confirmation that products or services meet environmental standards (for example, Organic or EUEco-label certificates).

Eco-packaging is packaging materials that are biodegradable, recyclable or made from renewable resources.

Energy-saving technologies are technologies that reduce energy consumption, such as LED lighting or equipment with energy efficiency class A.

Self-service kiosks are electronic terminals that allow customers to place orders and pay bills without the need of staff.

A climate-neutral restaurant is an establishment that offsets its carbon emissions, for example by supporting tree planting programmes or other environmental initiatives.

Composting is a biological process that converts organic waste (e.g. food scraps) into soil fertiliser.

The kitchen monitoring screen is a system that displays digital orders to chefs, automates their distribution and tracks the status of execution.

Local products are agricultural and food products produced in a specific region near the place of consumption, which reduces the environmental impact of transportation.

Online ordering is a service that allows customers to order food through websites or mobile applications integrated with the restaurant's internal systems.

Organic products are those grown without the use of synthetic fertilisers, pesticides, growth hormones or genetically modified organisms.

Robotic service is the use of robots to perform waiter functions, deliver orders to tables or provide information to customers.

Smart kitchen is the use of the Internet of Things (IoT), automated devices and sensors to improve cooking efficiency, monitor inventory and reduce waste.

Seasonality of products means using only ingredients that are available in the natural season of their ripening, which helps to preserve taste and minimise the use of preservatives.

Social responsibility is the voluntary actions of companies aimed at improving the living conditions of the community and preserving the environment.

Sustainable development is a concept that envisages the harmonious development of the economy, society and the environment, taking into account the needs of the present generation without compromising future generations.

The Farm-to-Table philosophy is a way of restaurants working based on cooperation with local farmers to deliver the freshest produce directly to the restaurant's kitchen.

Food-sharing is an initiative to donate surplus food (e.g. unused produce or ready-to-eat meals) to charities or people in need.

A cloud kitchen is a kitchen format that serves exclusively online orders and works for several brands at the same time, optimising costs.

Digital menu - a menu available in an electronic format via QR code, mobile apps or interactive screens, which allows you to easily change dishes, prices or special offers.

A chatbot is a virtual assistant integrated into websites and messengers that helps customers to book tables, place orders, and receive answers to frequently asked questions.

Glossar

KI und maschinelles Lernen - der Einsatz von künstlicher Intelligenz zur Automatisierung von Prozessen, wie z. B. Personalisierung von Empfehlungen, Bestandsmanagement oder Menüoptimierung.

AR/VR-Technologien - Virtual- oder Augmented-Reality-Technologien zur Schaffung interaktiver Erlebnisse, wie z. B. die Anzeige von 3D-Modellen von Speisen auf der Speisekarte.

Ein POS-System ist eine Kombination aus Software und Hardware für die Verkaufsabrechnung, die Auftragsverwaltung, die Bestandskontrolle und die Zahlungsabwicklung in Restaurants.

Unter Zero Waste versteht man die Arbeitsorganisation, um die Entstehung von Abfällen zu minimieren, insbesondere durch Wiederverwendung, Recycling und Kompostierung.

Biologisch abbaubare Materialien sind Materialien, die sich unter natürlichen Bedingungen (Mikroorganismen, Feuchtigkeit, Temperatur) zersetzen, ohne die Umwelt zu verschmutzen.

Veganes Menü - ein Menü, das alle tierischen Produkte, einschließlich Fleisch, Milch, Eier und Honig, ausschließt.

Ein vegetarisches Menü ist ein Menü, das keine Fleischprodukte enthält und Gerichte auf der Grundlage von Gemüse, Obst, Getreide, Nüssen und Milchprodukten anbietet.

Online-Rezensionen und -Bewertungen sind Plattformen, auf denen Kunden ihr Feedback zu einem Restaurant abgeben können, was sich auf dessen Ruf auswirkt und das Vertrauen neuer Besucher stärkt.

Erneuerbare Energiequellen sind Energieressourcen, die sich in der Natur ständig erneuern, wie Sonnenenergie, Wind oder geothermische Quellen.

Ein virtuelles Restaurant ist ein Restaurant, das nur online existiert und sich ausschließlich auf die Lieferung von Speisen konzentriert, ohne einen physischen Standort für Besucher.

Lieferung auf der letzten Meile - technologische Lösungen zur Optimierung der Lebensmittellieferung vom Restaurant zum Endverbraucher, einschließlich Geolokalisierung, Überwachung von Kurieren und Vorhersage von Lieferzeiten.

Der ökologische Fußabdruck ist ein Indikator für die Auswirkungen einer Person oder Organisation auf die Umwelt, der durch die Menge der verbrauchten natürlichen Ressourcen und des erzeugten Abfalls bestimmt wird.

Ein Öko-Restaurant ist ein Betrieb, der nach den Grundsätzen der Umweltverantwortung arbeitet, einschließlich der Verwendung von Bioprodukten, der Abfallverringerung, der Energieeinsparung und der Unterstützung lokaler Erzeuger.

Die Öko-Zertifizierung ist eine offizielle Bestätigung, dass Produkte oder Dienstleistungen Umweltstandards erfüllen (z. B. Bio-Zertifikate oder EU-Umweltzeichen).

Öko-Verpackungen sind Verpackungsmaterialien, die biologisch abbaubar, recycelbar oder aus erneuerbaren Ressourcen hergestellt sind.

Energiesparende Technologien sind Technologien, die den Energieverbrauch senken, wie LED-Beleuchtung oder Geräte der Energieeffizienzklasse A.

Selbstbedienungskioske sind elektronische Terminals, an denen Kunden Bestellungen aufgeben und Rechnungen bezahlen können, ohne dass Personal benötigt wird.

Ein klimaneutrales Restaurant ist ein Betrieb, der seine Kohlendioxid-Emissionen ausgleicht, indem er zum Beispiel Baumpflanzprogramme oder andere Umweltinitiativen unterstützt.

Kompostierung ist der biologische Prozess der Umwandlung von organischen Abfällen (z. B. Lebensmittelresten) in Bodendünger.

Der Küchenüberwachungsbildschirm ist ein System, das den Köchen digitale Bestellungen anzeigt, ihre Verteilung automatisiert und den Status der Ausführung verfolgt.

Lokale Produkte sind landwirtschaftliche Erzeugnisse oder Lebensmittel, die in einer bestimmten Region in der Nähe des Verbrauchsortes erzeugt werden, was den ökologischen Fußabdruck des Transports verringert.

Bei der Online-Bestellung handelt es sich um einen Dienst, der es Kunden ermöglicht, über Websites oder mobile Anwendungen, die in die internen Systeme des Restaurants integriert sind, Speisen zu bestellen.

Bioprodukte sind Produkte, die ohne den Einsatz von synthetischen Düngemitteln, Pestiziden, Wachstumshormonen oder genetisch veränderten Organismen angebaut werden.

Unter Roboterservice versteht man den Einsatz von Robotern, die als Kellner dienen, Bestellungen an die Tische liefern oder den Kunden Informationen geben.

Unter einer intelligenten Küche versteht man die Nutzung des Internets der Dinge (IoT), automatisierter Geräte und Sensoren zur Verbesserung der Kocheffizienz, zur Überwachung des Inventars und zur Verringerung des Abfalls.

Die Saisonalität der Produkte bedeutet, dass nur die Zutaten auf dem Speiseplan stehen, die in ihrer natürlichen Reifezeit verfügbar sind, was dazu beiträgt, den Geschmack zu bewahren und den Einsatz von Konservierungsstoffen zu minimieren.

Unter sozialer Verantwortung versteht man die freiwilligen Maßnahmen von Unternehmen zur Verbesserung der Lebensbedingungen in der Gemeinschaft oder zum Schutz der Umwelt.

Nachhaltige Entwicklung ist ein Konzept, das eine harmonische Entwicklung von Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt vorsieht, die den Bedürfnissen der heutigen Generation gerecht wird, ohne künftige Generationen zu gefährden.

Die Farm-to-Table-Philosophie ist ein Restaurantprinzip, das auf der Zusammenarbeit mit lokalen Landwirten basiert, um die frischesten Produkte direkt in die Küche des Restaurants zu liefern.

Foodsharing ist eine Initiative, bei der überschüssige Lebensmittel (z. B. ungenutzte Lebensmittel oder zubereitete Mahlzeiten) an Wohltätigkeitsorganisationen oder bedürftige Menschen gespendet werden.



Eine Cloud-Küche ist ein Küchenformat, das ausschließlich Online-Bestellungen bedient und gleichzeitig für mehrere Marken arbeitet, um die Kosten zu optimieren.

Digitale Speisekarte - eine Speisekarte, die in elektronischer Form über einen QR-Code, mobile Apps oder interaktive Bildschirme verfügbar ist und mit der Sie Gerichte, Preise oder Sonderangebote leicht ändern können.

Ein Chatbot ist ein in Websites oder Messenger integrierter virtueller Assistent, der Kunden hilft, Tische zu reservieren, Bestellungen aufzugeben oder Antworten auf häufig gestellte Fragen zu erhalten.



Glosariusz

Sztuczna inteligencja i Algorytmy uczenia maszynowego wykorzystanie sztucznej inteligencji do automatyzacji procesów, m.in. personalizowanie rekomendacji, zarządzanie zapasami lub optymalizacja menu.

Rzeczywistość wirtualna (VR) wykorzystuje modelowanie komputerowe i symulację do stworzenia w pełni immersyjnego środowiska cyfrowego. Rzeczywistość rozszerzona (AR) nakłada na świat realny elementy cyfrowe poprawiające postrzeganie otoczenia, tworząc złożony widok, który łączy oba światy, np. oglądania trójwymiarowych modeli potraw w menu.

System POS to zestaw narzędzi informatycznych przeznaczonych dla punktu sprzedaży detalicznej. W zestawie są urządzenia komputerowe i fiskalne, oprogramowanie oraz terminal płatniczy. POS dla gastronomii może składać się z różnych sprzętów. Najbardziej powszechna i podstawowa kombinacja to połączenie ekranu dotykowego POS z drukarką fiskalną.

Zero Waste to idea, ruch, praktyka organizacji pracy, mająca na celu zminimalizowania wytwarzania odpadów, m.in. poprzez ponowne wykorzystanie, recykling i kompostowanie.

Tworzywa biodegradowalne to materiały, które ulegają rozkładowi w warunkach naturalnych (mikroorganizmów, wilgoci, temperatury) nie zanieczyszczając środowiska.

Menu wegańskie wyklucza wszelkie produkty pochodzenia zwierzęcego, w tym mięso, nabiał, jaja i miód.

Menu wegetariańskie to menu, które nie zawiera produktów mięsnych i oferuje dania bazujące na warzywach, owocach, zbożach, orzechach i produktach mlecznych..

Portale ratingowe to platformy internetowe umożliwiające konsumentom dokonywanie publicznych opinii i ocen (ocen) produktów, firm lub usług. Zazwyczaj poszczególne platformy recenzji obsługują określone branże.

Odnawialne źródła energii to zasoby energii, które stale odnawiają się w naturze, takie jak energia słoneczna, wiatrowa czy źródła geotermalne.

Wirtualna restauracja to restauracja, która działa wyłącznie online oferując dostawę lub odbiór. W restauracji wirtualnej nie ma sali, zaplecza, magazynu, obsługi „na żywo”.

Dostawa na ostatnim etapie – rozwiązania technologiczne mające na celu optymalizację dostawy żywności od restauracji do konsumenta końcowego, obejmujące geolokalizację, śledzenie przesyłek kurierskich i przewidywanie czasu dostawy.

Ślad ekologiczny to wskaźnik oddziaływania danej osoby lub organizacji na środowisko, ustalany na podstawie ilości wykorzystanych zasobów naturalnych i wytworzonych odpadów. To wskaźnik naszego wykorzystania zasobów Ziemi w stosunku do możliwości ich regeneracji.

Eko-restauracja – obiekt działający zgodnie z zasadami odpowiedzialności środowiskowej, obejmującymi stosowanie produktów organicznych, redukcję odpadów, oszczędzanie energii i wsparcie lokalnych producentów.

Ekocertyfikacja to oficjalne potwierdzenie, że produkty lub usługi spełniają normy środowiskowe (na przykład certyfikaty „Organic” lub „EU Ecolabel”).

Opakowania ekologiczne to materiały opakowaniowe, które ulegają biodegradacji, nadają się do recyklingu lub są wykonane z zasobów odnawialnych.

Technologie energooszczędne to technologie, które pozwalają na zmniejszenie zużycia energii, np. oświetlenie LED czy sprzęt o klasie efektywności energetycznej „A”.

Kioski samoobsługowe to elektroniczne terminale, które umożliwiają klientom samodzielne składanie zamówień i opłacanie rachunków bez udziału personelu.

Restauracja neutralna klimatycznie to lokal, który kompensuje swoją emisję dwutlenku węgla, na przykład poprzez wspieranie programów sadzenia drzew lub innych inicjatyw środowiskowych.

Kompostowanie jest naturalną metodą unieszkodliwiania i zagospodarowania odpadów, polega na rozkładzie substancji organicznej przez mikroorganizmy – bakterie tlenowe, grzyby etc. Jest to proces przetwarzania substancji w kontrolowanych warunkach w obecności tlenu, w odpowiedniej temperaturze i wilgotności.

Ekran monitorowania kuchni / KDS (kitchen display system) - system, który pokazuje cyfrowe zamówienia szefa kuchni, automatyzuje ich dystrybucję i monitoruje status realizacji.

Produkt lokalny jest to wyrób lub usługa, która utożsamiana jest z danym regionem. Ma niepowtarzalny charakter i produkowany jest w niewielkich ilościach z surowców lokalnie dostępnych. Jego produkcja daje szansę na wzrost zatrudnienia społeczności wiejskiej i promocje regionu.

Zamawianie online to usługa umożliwiająca klientom zamawianie jedzenia poprzez strony internetowe lub aplikacje mobilne zintegrowane z wewnętrznymi systemami restauracji.

Produkty ekologiczne to produkty wytwarzane w określonych warunkach. Nie zawierają żadnych sztucznych nawozów, ani innych syntetycznych i toksycznych substancji.

Obsługa robotyczna polega na wykorzystaniu robotów do pełnienia funkcji kelnerów, dostarczania zamówień do stolików czy przekazywania informacji klientom.

Inteligentna kuchnia – wykorzystanie Internetu rzeczy (IoT), urządzeń automatycznych i czujników w celu zwiększenia efektywności gotowania, monitorowania zapasów i redukcji odpadów.

Sezonowość produktów oznacza wykorzystywanie w menu wyłącznie tych składników, które są dostępne w okresie ich naturalnego dojrzewania, co pomaga zachować smak i zminimalizować użycie środków konserwujących. Sezonowe menu jest tworzone w oparciu o dostępność produktów w danym okresie roku.

Odpowiedzialność społeczna – postawa, która charakteryzuje się dobrowolnym działaniem na rzecz pozytywnych zmian w najbliższym otoczeniu społecznym.

Zrównoważony rozwój to koncepcja, która zakłada harmonijne łączenie wzrostu gospodarczego, ochrony środowiska i dbałości o sprawiedliwość z uwzględnieniem potrzeb obecnego pokolenia, bez szkody dla przyszłych pokoleń.

Filozofia „Od farmy do stołu” to zasada działania restauracji oparta na współpracy z lokalnymi rolnikami w celu dostarczania najświeższych produktów bezpośrednio do kuchni restauracji.

Foodsharing, czyli dzielenie się żywnością - to inicjatywa polegająca na przekazywaniu nadwyżek żywności (np. niewykorzystanych produktów lub gotowych posiłków) organizacjom charytatywnym lub osobom potrzebującym.

Kuchnia w chmurze to format kuchni obsługujący wyłącznie zamówienia online i pracujący dla kilku marek jednocześnie, co pozwala na optymalizację kosztów.

Menu cyfrowe to menu dostępne w formacie elektronicznym za pośrednictwem kodu QR, aplikacji mobilnych lub interaktywnych ekranów, umożliwiające łatwą zmianę dań, cen lub ofert specjalnych.

Chatbot to profesjonalne oprogramowanie napędzane technologiami AI, służące do prowadzenia czata z klientami bez udziału konsultanta bądź sprzedawcy. Asystent, pomaga klientom rezerwować stoliki, składać zamówienia lub uzyskiwać odpowiedzi na często zadawane pytania.

Glosár

AI a strojové učenie – využívajúce umelú inteligenciu na automatizáciu procesov, ako je personalizácia odporúčaní, správa zásob alebo optimalizácia menu.

Technológie AR/VR – technológie virtuálnej alebo rozšírenej reality na vytvorenie interaktívneho zážitku, napríklad prezeranie 3D modelov jedál na jedálnom lístku.

POS systém – komplex softvéru a hardvéru pre účtovníctvo predaja, riadenie objednávok, skladové zásoby a platby v reštauráciách.

Zero Waste je prax organizácie práce takým spôsobom, aby sa minimalizovala tvorba odpadu, najmä prostredníctvom opätovného použitia, recyklácie a kompostovania.

Biologicky odbúrateľné materiály - materiály, ktoré sa rozkladajú vplyvom prírodných podmienok (mikroorganizmy, vlhkosť, teplota), bez znečisťovania životného prostredia.

Vegánske menu je menu, ktoré vylučuje všetky produkty živočíšneho pôvodu vrátane mäsa, mlieka, vajec a medu.

Vegetariánske menu je menu, ktoré neobsahuje mäsové výrobky a ponúka jedlá na báze zeleniny, ovocia, obilnín, orechov a mliečnych výrobkov.

Online recenzie a hodnotenia sú platformy, ktoré umožňujú zákazníkom zanechať recenzie o reštaurácii, ktoré ovplyvňujú jej reputáciu a budujú dôveru nových návštevníkov.

Obnoviteľné zdroje energie sú energetické zdroje, ktoré sa v prírode neustále obnovujú, ako je slnečná energia, veterné alebo geotermálne zdroje.

Virtuálna reštaurácia je reštaurácia, ktorá existuje iba online a je zameraná výlučne na donášku jedla, bez fyzického umiestnenia pre návštevníkov.



Doručovanie na poslednú míľu – technologické riešenia na optimalizáciu donášky jedla z reštaurácie ku konečnému spotrebiteľovi, vrátane geolokácie, sledovania kuriérom a predikcie času doručenia.

Ekologická stopa je ukazovateľ vplyvu človeka alebo organizácie na životné prostredie, ktorý je daný množstvom využívaných prírodných zdrojov a vyprodukovaného odpadu.

Eko-reštaurácia – prevádzka, ktorá funguje podľa princípov environmentálnej zodpovednosti vrátane používania bioproduktov, znižovania odpadu, šetrenia energiou a podpory lokálnych výrobcov.

Ekologická certifikácia je oficiálnym potvrdením, že produkty alebo služby spĺňajú environmentálne normy (napríklad certifikáty „Organic“ alebo „Ekologická značka EÚ“).

Ekologické obaly sú obalové materiály, ktoré sú biologicky rozložiteľné, recyklovateľné alebo vyrobené z obnoviteľných zdrojov.

Energeticky úsporné technológie sú technológie, ktoré umožňujú znížiť spotrebu energie, napríklad LED osvetlenie alebo zariadenia s triedou energetickej účinnosti „A“.

Samoobslužné kiosky sú elektronické terminály, ktoré umožňujú zákazníkom samostatne zadávať objednávky a platiť účty bez účasti personálu.

Klimaticky neutrálna reštaurácia je zariadenie, ktoré kompenzuje svoje emisie oxidu uhličitého, napríklad podporou programov výsadby stromov alebo iných environmentálnych iniciatív.

Kompostovanie je biologický proces premeny organického odpadu (ako sú zvyšky potravín) na pôdne hnojivo.

Monitorovacia obrazovka kuchyne – systém, ktorý zobrazuje kuchárom digitálne objednávky, automatizuje ich distribúciu a sleduje stav realizácie.

Miestne produkty sú poľnohospodárske alebo potravinárske produkty vyrobené v konkrétnom regióne blízko miesta spotreby, čo znižuje environmentálnu stopu dopravy.

Online objednávanie je služba, ktorá umožňuje zákazníkom objednať si jedlo cez webové stránky alebo mobilné aplikácie integrované s internými systémami reštaurácie.

Bioprodukty sú tie, ktoré sa pestujú bez použitia syntetických hnojív, pesticídov, rastových hormónov alebo geneticky modifikovaných organizmov.

Robotická služba je použitie robotov na vykonávanie funkcií čašníkov, doručovanie objednávok na stoly alebo poskytovanie informácií zákazníkom.

Inteligentná kuchyňa – využíva internet vecí (IoT), automatizované zariadenia a senzory na zlepšenie efektivity varenia, sledovanie zásob a zníženie odpadu.

Sezónnosťou produktov je použitie v jedálnom lístku len tých surovín, ktoré sú dostupné v prirodzenom období ich dozrievania, čo pomáha zachovať chuť a minimalizovať použitie konzervačných látok.

Spoločenská zodpovednosť je dobrovoľná činnosť firiem zameraná na zlepšenie životných podmienok komunity alebo ochranu životného prostredia.

Trvalo udržateľný rozvoj je koncepcia, ktorá zahŕňa harmonický rozvoj ekonomiky, spoločnosti a životného prostredia, pričom zohľadňuje potreby súčasnej generácie bez poškodzovania budúcich.

Filozofia „Farm-to-Table“ je princíp fungovania reštaurácie, ktorý je založený na spolupráci s miestnymi farmármi na dodávke tých najčerstvejších produktov priamo do kuchyne reštaurácie.

Zdieľanie potravín je iniciatíva na darovanie prebytočných potravín (napríklad nepoužitú výrobu alebo hotové jedlá) charitatívnym organizáciám alebo tým, ktorí to potrebujú.

Cloudová kuchyňa je formát kuchyne, ktorý slúži výlučne na online objednávky a funguje pre niekoľko značiek súčasne, čím sa optimalizujú náklady.

Digitálny jedálny lístok – jedálny lístok dostupný v elektronickej podobe prostredníctvom QR kódu, mobilných aplikácií alebo interaktívnych



obrazoviek, ktorý umožňuje jednoduchú zmenu jedál, cien alebo špeciálnych ponúk.



Список джерел

1. Бовш, Л., Комарніцький, І., & Приходько, К. (2022). Фулфілмент цифрового маркетингу у ресторанному бізнесі. Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації, 5(1), 37–51.
2. Бондар, Н., Боцян, Т., & Шаран, Л. (2022). Імерсивні технології в готельному бізнесі: аналіз світового досвіду. Економіка та суспільство, (45).
3. Буряк В., Тюхтенко Н. (2022). Сучасні інтерактивні технології управління у просуванні послуг готельно-ресторанного бізнесу. Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. Том 22. Вип. 1 (53), 37-53.
4. Дишкантюк, Ю., & Власюк, К. (2023). Імерсивні технології як інструмент інновацій в менеджменті ресторанного бізнесу. Підприємництво та інновації, (29), 147-152.
5. Кирніс, Н. (2024). Застосування штучного інтелекту в ресторанному бізнесі. Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації, 7(1), 111–122.
6. Мироненко В. П. (2011). Екологічність у формуванні предметно-просторового середовища рестораних комплексів. Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Мистецтвознавство. Архітектура. № 8, 25–28.
7. Моргулець, О. Б., & Нищенко, О. В. (2023). Готельно-ресторанний бізнес України у довоєнний, воєнний та післявоєнний період. Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі, (8), 88-96.
8. Морохович, В., & Морохович, Б. (2023). Digital технології – важливий фактор розвитку ресторанного бізнесу. Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації, 6(1), 27–36.
9. Неїленко, С., Фогель, А., Гуца, Є., & Олійник, О. (2022). Сучасні підходи до роботизації сервісних процесів в закладах ресторанного го-



сподарства. Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації, 5(2), 239–249.

10. Неїленко С., Фогель А. (2022). Роботизація сервісного процесу в закладах ресторанного господарства. Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації : тези доповідей ІХ Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., Київ, 14-15 квіт., 2022 р. / М-во освіти і науки України; М-во культури та інформаційної політ. України; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв ; Київ. ун-т культури ; Ф-т готельно-ресторанного і турист. бізнесу. – Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2022. С.214-217.
11. Нещадим, Л., & Тимчук, С. (2022). Автоматизація бізнес-процесів підприємств індустрії гостинності як чинник підвищення економічної ефективності. Економіка та суспільство, (36).
12. Олійник, О. В., Шестакова, А. В., & Ярмолюк, Д. І. (2023). Напрями цифровізації ресторанного бізнесу. Економіка, управління та адміністрування, (1(103), 15–21.
13. Паньків Н. (2023). Екологізація готельно-ресторанної сфери в контексті сталого розвитку туризму в Україні. Вісник Хмельницького національного університету. № 2, 146-156.
14. Полотай, Б. Я. (2023). Еко-тренди в ресторанному бізнесі. Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі, (8), 97-101.
15. Поплавська, А., Батченко, Л., & Гончар, Л. (2022). Організаційно-економічні тригери збалансованого розвитку ресторанної мережі в умовах сервісної економіки. Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації, 5(1), 8–22.
16. Поштова В. (2022). Особливості розвитку нових форматів закладів ресторанного господарства в Україні. Інфраструктура ринку. Вип. 65, 98-103.
17. Рябенька, М. (2021). Перспективи розвитку нових форматів закладів ресторанного господарства. Економіка та суспільство, (24).
18. Седікова І., Дьяченко Ю. (2019). Шляхи зниження продовольчих втрат та харчових відходів. Економіка харчової промисловості. Вип. 4. Том 11, 98–104.



19. Табенська О. (2019). Інноваційні тенденції розвитку ресторанного бізнесу. Економіка. Фінанси. Право. № 1, 31-34.
20. Чайка, І. М., & Дністрянська, Н. І. (2023). Вплив соціальних мереж на формування іміджу та репутації підприємств ресторанного господарства. Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі, (8), 65-71.