

Міністерство освіти і науки України
Карпатський національний університет імені Василя Стефаника
Факультет туризму
Кафедра готельноресторанної та курортної справи

ДИПЛОМНА РОБОТА

на тему:

**«КРЕАТИВНІ ІДЕЇ, ТЕХНОЛОГІЇ ТА КУЛІНАРНИЙ ДИЗАЙН В
СУЧАСНИХ РЕСТОРАНАХ ІВАНОФРАНКІВСЬКА»**

Виконавець:

студент II курсу, групи КС21(м)
спеціальності J2 «Готельно-ресторанна
справа та кейтеринг» (Освітньо-
професійна програма «Курортна
справа»)

**Гарасимчук Володимир
Володимирович**

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

Лояк Лілія Миколаївна

Рецензенти:

к.і.н., доцент

Загнибіда Раїса Павлівна

к.п.н., доцент

Польова Леся Василівна

м. ІваноФранківськ, 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КРЕАТИВНОСТІ ТА ІННОВАЦІЙ У СФЕРІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	6
1.1. Сутність та роль креативних ідей у формуванні конкурентоспроможності закладу	6
1.2. Інноваційні (креативні) технології в ресторанній індустрії	9
1.3. Кулінарний дизайн та фудстайлінг в ресторанному бізнесі	13
Висновки до 1 розділу.....	23
РОЗДІЛ 2. ПРАКТИКИ ВПРОВАДЖЕННЯ КРЕАТИВНИХ ТРЕНДІВ У РЕСТОРАНАХ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКА	24
2.1. Гастрономічне обличчя ІваноФранківська	24
2.2. Аналіз креативних концепцій та ідей в сучасних ресторанах Івано- Франківська	35 40
2.3. Креативні варіанти подачі та презентації страв у ресторанах Івано- Франківська	
Висновки до 2 розділу	43
РОЗДІЛ 3. ОЦІНКА КРЕАТИВНИХ ТРЕНДІВ НА ПРИКЛАДІ РЕСТОРАНІВ ФІРМИ «НАДІЯ»	45
3.1. Напрями діяльності та роль креативних підходів у забезпеченні успіху роботи ресторанів Фірми «Надія»	45
3.2. Креативні підходи фуддизайну і фудстайлінгу в ресторанах Фірми «Надія»	57 61
3.3. Вплив креативності та дизайну страв на лояльність клієнтів	61
Висновки до 3 розділу.....	68
ВИСНОВКИ.....	70
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	73
ДОДАТКИ.....	80

ВСТУП

Актуальність теми. На початку XXI ст. формується нова парадигма глобалізації світової економічної системи з пріоритетним розвитком людського капіталу. Цьому сприяють процеси інтернаціоналізації і креативізації соціально-економічної, науковотехнологічної, культурної сфер діяльності суспільства та сукупність чинників науковотехнічного прогресу і конкурентоспроможності економіки. У розвитку креативного суспільства головну роль відіграють нові ідеї та інновації. Програми інноваційного розвитку країн передбачають технологічну модернізацію економіки на основі ефективного взаємоузгодження всіх ланок інноваційного циклу «дослідження – розробки – виробництво – розповсюдження – використання інновацій». Креативність стає основним джерелом економічної цінності. У цьому контексті Європейська Комісія офіційно оголосила нову програму «Креативна Європа» на період 2021-2027 рр. Бюджет програми становить 2,4 млрд. євро, що на 63 % більше від попередньої. Вказана програма дасть змогу секторам культурних та креативних індустрій Європи розкрити свій потенціал, оволодіти від кризи та стати більш конкурентоспроможними, екологічними, діджитальними та інклюзивними [37, с.83].

В умовах цифровізації та діджиталізації бізнеспроцесів інноваційно-креативні технології є необхідними інструментами для розвитку та здійснення ефективного управління діяльністю підприємств ресторанного бізнесу. У ресторанному бізнесі інновації відіграють важливу роль у забезпеченні ефективного управління ресурсами, зменшенні витрат та підвищенні рентабельності. Інновації не тільки спрощують управління операціями, але й створюють основу для стратегічного розвитку підприємства. Їхнє впровадження дозволяє ефективно адаптуватися до економічних викликів, знижувати витрати, покращувати якість обслуговування і підвищувати конкурентоспроможність. Синергія процесів управління ресурсами, аналітики та автоматизації є важливим фактором для забезпечення стабільного зростання та рентабельності.

Однак, креативність – це складний процес, який охоплює процес від генерування ідей до впровадження нових продуктів і вважається процесом вирішення проблем. У процесі кулінарної креативності можна розглянути питання уникнення харчових відходів та прагнути досягти цілей сталого розвитку від джерела до кінцевого продукту [9].

За останні двадцять років кулінарна сфера стала значно креативнішою. Серед причин – вплив відомих ресторанних путівників Michelin і Gault Millau, які оцінюють ресторани за різними критеріями. До розвитку креативності також сприяють міжнародні конкурси для кухарів, відомі критики та гастрономічні медіа [8].

Важливу роль мають і відгуки споживачів – сьогодні кожен може поділитися враженням у соцмережах чи на сайтах подорожей, що сильно впливає на репутацію закладу. Під час пандемії Covid19 люди ще активніше почали ділитися фото та досвідом з ресторанів онлайн, що зробило сферу ще більш конкурентною.

Щоб утримувати увагу гостей та залишатися успішними, шефкухарі постійно розробляють оригінальні страви, створюють нові стилі та сервіси. Для цього їм потрібні не лише кулінарні вміння, а й професійні творчі навички.

Через зростання інтересу до унікальних гастрономічних продуктів, дослідники тепер активно вивчають кулінарну креативність. Проте наукових робіт саме про креативність у цій сфері поки що небагато, особливо у порівнянні з загальною тематикою творчості. Досліджень у сфері кулінарної креативності замало, тому що це відносно новий та вузький напрям. Більшість наукових робіт зосереджена на загальній креативності або на технічних аспектах ресторанного бізнесу, а не на творчих процесах у гастрономії. Також кулінарна креативність часто сприймається як практичний досвід, а не як тема для глибокого академічного аналізу.

Сьогодні для успіху ресторану вирішальне значення мають оцінки й рейтинги в інтернеті, а також яскраве представлення страв у соцмережах. Гості дедалі більше звертають увагу на те, як подають і фотографують їжу. Багато людей формують свою думку про ресторан через фото у стрічці Instagram або мобільних

додатках. Через це ресторатори активно впроваджують нові ідеї, креативно оформлюють страви та розвивають сервірування, щоб приваблювати сучасних гостей і відповідати їхнім запитам.

Мета дипломної магістерської роботи полягає у дослідженні креативних ідей, технологій та кулінарного дизайну у сучасних ресторанах Івано-Франківська.

Для реалізації поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

- дослідити сутність та роль креативних ідей у формуванні конкурентоспроможності закладу;
- дослідити креативні технології в ресторанній індустрії;
- з'ясувати роль кулінарного дизайну та фудстайлінгу в ресторанному бізнесі;
- проаналізувати креативні концепції та ідеї в сучасних ресторанах Івано-Франківська;
- вивчити креативні варіанти подачі та презентації страв у ресторанах Івано-Франківська;
- дослідити напрями діяльності та роль креативних підходів у забезпеченні успіху роботи ресторанів Фірми «Надія» ;
- проаналізувати креативні підходи фуддизайну і фудстайлінгу в ресторанах Фірми «Надія»;
- вивчити вплив креативності та дизайну страв на лояльність клієнтів.

Об'єктом дослідження виступають сучасні ресторани у м. Івано-Франківськ.

Предмет дослідження є креативні підходи, інноваційні технології та кулінарний дизайн як інструменти формування конкурентних переваг і клієнтської лояльності в ресторанному бізнесі Івано-Франківська.

Методи дослідження. У процесі дослідження використані методи просторового аналізу, логічного узагальнення, аналізу, спостереження, синтезу, пояснення та систематизації.

Практична цінність. Запропоновано напрями покращення лояльності клієнтів з використанням креативних ідей та технологій.

Інформаційну базу магістерської роботи становлять тематичні публікації в періодичних виданнях, статистичні матеріали та звіти Держкомстату України, законодавчі та нормативноправові акти, періодичні видання, Internetвидання.

Структура дипломної магістерської роботи зумовлена метою дослідження. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

Основний зміст роботи викладений на 70 сторінках, загальний обсяг роботи –80 сторінки, в т.ч. додатки на ... сторінках. Список використаної літератури та джерел містить 60 найменування.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КРЕАТИВНОСТІ ТА ІННОВАЦІЙ У СФЕРІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

1.1. Сутність та роль креативних ідей у формуванні конкурентоспроможності закладу

Креативність у сучасному ресторанному бізнесі розглядається як здатність до створення нових ідей, концепцій та підходів, що виявляється в багатьох аспектах – від дизайну інтер'єру до розробки інноваційних послуг та програм для клієнтів. Креативність визначається як творчі здібності, закладені в кожній людині, що включають пізнавальну потребу, пороги реагування на новизну та нестандартні ситуації.

З середини XX століття креативність досліджували багато фахівців, але єдиного визначення досі немає. Її описують як здатність створювати нові, незвичайні та корисні ідеї, продукти чи дії. Поняття креативності змінюється залежно від часу, культури й цінностей. Основні ознаки креативності – це оригінальність, ефективність і здатність знаходити нестандартні рішення. Креативність проявляється як в окремих ідеях та результатах, так і в самому процесі створення нового [8].

У контексті індустрії гостинності креативність є ключовим фактором для формування конкурентного капіталу та найціннішим економічним ресурсом. Дослідники виділяють креативність як невід'ємну якість із «soft skills» у працівників сфери гостинності, адже люди з нестандартним мисленням і унікальними ідеями можуть бути успішними в цій галузі та допомагати своїм роботодавцям покращувати бізнес.

Саме завдяки застосуванню креативних ідей заклади ресторанного господарства можуть досягнути конкурентних переваг на ринку гостинності.

Автори Островська Г.Є., Гузар У.Є. відзначають: «Один із перших дослідників креативності психолог Л. Терстоун, у 1929 р. стверджував, що творчі здібності виявляються в момент «релаксації», «розсіювання уваги», а не тоді, коли

увага зосереджена на вирішенні проблемної ситуації. Креативність розглядаємо як творчі здібності, як ознаку обдарованості, як творчий потенціал, закладений у кожній людині, що включає пізнавальну потребу, пороги реагування на новизну та нестандартні ситуації». Творчість – це здатність бачити нові можливості і діяти відповідно до них, тим самим втілюючи їх у життя» [37, с. 84].

Креативні ідеї дозволяють закладам створювати унікальну ідентичність та відрізнитися від конкурентів. Інновації в ресторанному бізнесі, зокрема елементи творчого мислення (гнучкість, оригінальність, чутливість та плавність), мають різні рівні впливу на процес інновацій у готельно-ресторанній індустрії.

Дослідження показують, що творчі працівники допомагають підприємствам індустрії гостинності реагувати на зміни ринкових трендів, уподобань гостей та технологічних розробок. Ця адаптивність є критично важливою для підтримки конкурентної переваги в динамічному середовищі.

Сьогодні для ресторанів і готелів важливо використовувати нові підходи до управління креативністю працівників. Інновації можна застосовувати у різних процесах – наприклад, проводити короткі відкриті співбесіди для швидкого вибору найкращих кандидатів. Це допомагає і закладу, і працівникам краще планувати свій час та сприяє розвитку творчого мислення.

Креативне мислення дозволяє адаптуватися до змін – так заклади можуть швидше реагувати на нові потреби гостей чи незвичайні ситуації. Чим більше працівники розвивають свою творчість, тим легше ресторану знайти нові рішення, стати унікальним і конкурентоспроможним.

Вищезгадані автори Островська Г.Є., Гузар У.Є. пропонують розглядати такі сучасні підходи щодо управління креативністю персоналу в закладах індустрії гостинності (табл.1.1).

Таблиця 1.1.

**Сучасні підходи щодо управління креативністю персоналу у
закладах індустрії гостинності**

Підхід	Інтерпретація	Практичне застосування
--------	---------------	------------------------

Інноваційний підхід	Мотивація персоналу творчо вирішувати запити гостей	«Lopesan Hotel Group» запустила семінари, щоб працівники пропонували свої ідеї. Коли персонал може вчитися кращим практикам і підвищувати кваліфікацію – з'являється простір для творчих рішень. Такий підхід мотивує розвивати креативність і отримувати за це винагороду.
Маркетинговий підхід	Позиціонування закладу у конкурентному середовищі та пристосування до суспільних змін	Наприклад, фінансовий директор готелю «New World Wuhan Hotel» Джанет Ян вважає, що COVID19 і локдаун змусили команду шукати нових гостей. Вони створили онлайнгрупу для клієнтів – і завдяки відгукам змінили: меню страв, інгредієнти, способи доставки. Через інтернет вивчили тренди та адаптувалися до пандемії. Експеримент виявився успішним.
«Стартап» підхід	Презентація власних ідей, проєктів, схвалення аудиторією	Створення спеціального бізнесклубу та простору для презентації ідей, проєктів у сфері гостинності. Членами такого бізнесклубу можуть бути власники закладів готельноресторанного бізнесу, на розгляд яких подаватимуться бізнесідеї щодо удосконалення діяльності закладів гостинності тощо

*розроблено автором на основі [37, с. 87].

Креативні заклади можуть привернути більше клієнтів, оскільки вони пропонують унікальний досвід. Згідно з дослідженнями, 73% споживачів, які спробували страву з інноваційним смаком і отримали задоволення, з високою ймовірністю повернуться за тією ж стравою. Крім того, 83% споживачів стверджують, що бажання спробувати щось нове є основною причиною їхніх покупок поза домом принаймні раз на місяць [38].

Креативність може допомогти закладам індустрії гостинності зменшити витрати і покращити ефективність за рахунок впровадження інноваційних технологій та процесів. Автоматизовані кухонні прилади та системи моніторингу забезпечують ефективне використання ресурсів і підвищують якість обслуговування.

Напрями реалізації креативних ідей

1. Інновації в меню та концепції страв

Концептуальні меню стають важливим інструментом диференціації. Створення унікальної концепції може привернути увагу клієнтів та забезпечити позиціонування закладу як відмінного. Наприклад, ресторан, який пропонує страви з місцевих продуктів, може привернути клієнтів, які цінують натуральність та екологічність.

Оптимальна кількість страв у меню є критично важливою – експерти не радять складати меню із надто великою кількістю страв, оскільки це ускладнює вибір гостям і викликає в них розгубленість. Велике за обсягом меню сприймається відвідувачами як показник того, що чекати на своє замовлення доведеться довго.

2. Цифрові інновації та маркетингові технології

Сучасні тренди включають:

- Цифрові платформи: розробка вебсайтів та мобільних додатків для замовлення столиків;
- Персоналізація: використання штучного інтелекту та чатботів для взаємодії з клієнтами;
- Інтерактивний маркетинг: застосування AR/VR для перегляду меню або віртуальних турів;
- QRкоди та WiFi: спрощення процесу замовлення та збору даних про клієнтів;
- Інтерактивне меню: використання планшетів для замовлення з фотографіями та описом кожної страви.

3. Диференціація через досвід обслуговування

Стратегія диференціації полягає у досягненні сприйняття споживачами продуктів або послуг як унікальних, що формує та забезпечує підприємству конкурентні переваги. Це може включати:

- Персоналізоване обслуговування: врахування індивідуальних потреб споживачів;
- Унікальна атмосфера: створення особливого інтер'єру та амбієнту;

- Тематичні заходи: організація майстеркласів, дегустацій, кулінарних конкурсів;

4. Екологічна відповідальність та сталий розвиток

Стратегічна орієнтація на зелені інновації позитивно впливає на конкурентну перевагу для підприємств індустрії гостинності. Зелений інтелектуальний капітал – включаючи зелений людський, структурний та реляційний капітал – виступає як стратегічний ресурс. Заклади, що використовують екологічні практики, залучають свідомих споживачів та покращують свій імідж.

Використання креативності в галузі гостинності може мати свої виклики:

- ризик невдалих експериментів: може зменшитися довіра клієнтів до закладу;

- висока вартість реалізації: креативні ідеї можуть бути дорогими та складними для впровадження;

- необхідність професійних кадрів: потрібна високопрофесійна маркетингова служба для розробки і реалізації стратегії.

Успішні приклади креативних концепцій

Shake Shack створив успішну концепцію через фокусоване меню, залучення громади та унікальну естетику. Noma (Копенгаген) досягла світового визнання завдяки інноваціям, розповіді історій та прихильності до сталого розвитку. Sweetgreen використовує персоналізацію, прозорість та технології для створення привабливої концепції в сегменті здорового харчування.

Українські приклади

У Львові функціонують креативні заклади, що пропонують унікальний досвід:

Split: першим познайомив Львів з паназіатською кухнею та ф'южнкулінарією

Cat Cafe: перша в Україні котокав'ярня, де можна відпочити в компанії 20 кішок різних порід

Ресторація м'яса та справедливості: заклад з легендою про міського ката

У Києві відкрився концептуальний ресторан "Odessa", родзинкою якого є 30 кілометрів канату і особлива технологія приготування страв "Sousvide".

Сучасні тренди креативних технологій

Серед найактуальніших трендів 2025 року:

Смарттехнології: креативний елемент туристичного та ресторанного бізнесу

Концепція розумного міста: інтеграція цифрових рішень у міську інфраструктуру

Гейміфікація: впровадження ігрових елементів у програми лояльності

Імерсивні досвіди: створення тематичних атмосфер та інтерактивних переживань

Отже, можна зробити висновки, що креативні ідеї відіграють фундаментальну роль у формуванні конкурентоспроможності закладів індустрії гостинності. Вони дозволяють створити унікальну ідентичність, залучити та утримати клієнтів, підвищити операційну ефективність та адаптуватися до змін ринкових умов. Успішне впровадження креативності вимагає системного підходу, що охоплює всі аспекти діяльності закладу – від концепції меню до технологій обслуговування та маркетингових комунікацій.

У сучасних умовах високої конкуренції заклади, які прагнуть управляти креативністю своїх працівників та впроваджувати інноваційні рішення, отримують вирішальну перевагу. Водночас важливо балансувати креативність із практичністю, забезпечуючи, щоб інновації були фінансово виправданими та відповідали очікуванням цільової аудиторії.

1.2. Інноваційні (креативні) технології в ресторанній індустрії

Ресторанна індустрія перебуває в стані постійної трансформації, зумовленої еволюцією споживчих уподобань, технологічним прогресом та впливом глобальних подій, що радикально змінюють кулінарний ландшафт. У такому динамічному середовищі інновації та адаптивність виступають не лише як трендові концепції, але й як ключові стратегії забезпечення виживання та розвитку. Заклади, які ігнорують ринкові тенденції, наражаються на ризик застаріння, натомість ті, що активно впроваджують зміни, отримують конкурентні переваги, сприяючи процвітанню та лідерству в галузі [36].

Креативні інновації в ресторанному бізнесі відкривають нові перспективи для розвитку та забезпечують конкурентоспроможність у сучасних умовах динамічного ринку.

Автори наукової праці Порсюрова І., Ботін М.[2, с.729730] вбачають виділити основні напрями, які мають потенціал для подальшого зростання і трансформації галузі:

«1. Створення унікального клієнтського досвіду:

✓ тематичні ресторани – концептуальні заклади з інтерактивними елементами (занурення у світ фантастики, історії чи мистецтва);

✓ AR/VRтехнології – використання доповненої та віртуальної реальності для інтерактивних меню або екскурсій по кухні;

✓ гастрономічний театр – живе приготування страв у присутності гостей з елементами шоу.

2. Використання екоінновацій:

✓ стійкі практики – запровадження безвідходного виробництва, повторне використання ресурсів;

✓ екологічне пакування – біорозкладне упакування для страв з собою;

✓ власні мініферми – вертикальні ферми або садки в ресторанах для вирощування свіжих інгредієнтів.

3. Персоналізація через технології:

✓ AI та Big Data – аналіз вподобань клієнтів для створення персоналізованих меню або пропозицій;

✓ програми лояльності – цифрові додатки, що надають бонуси та пропозиції на основі історії відвідувань;

✓ роботизоване обслуговування – використання роботів для доставки їжі або вітання гостей.

4. Інтеграція цифрових технологій:

✓ онлайнзамовлення та доставка – використання платформ із автоматизацією доставки та відстеження;

✓ смартменю – QRкоди, що дозволяють клієнтам переглядати меню та робити замовлення через смартфони;

✓ віртуальні ресторани – заклади, що працюють лише на доставку без фізичної локації.

5. Інновації в кулінарії:

✓ молекулярна кухня – використання наукових методів для створення нових текстур і смаків;

✓ альтернативні інгредієнти – заміна традиційного м'яса на рослинні аналоги або штучне м'ясо;

✓ здорове харчування – меню з акцентом на безглютенові, низькокалорійні чи вегетаріанські страви.

6. Співпраця з локальними спільнотами:

✓ кулінарні майстеркласи – спільні заходи для клієнтів, які дозволяють їм навчитися приготуванню страв ресторану;

✓ партнерство з місцевими фермерами – використання локальних продуктів для підтримки регіонального бізнесу;

✓ соціальні проєкти – впровадження благодійних ініціатив.

7. Автоматизація та роботизація:

✓ роботизовані кухні – використання автоматизованого обладнання для приготування їжі;

✓ дрони для доставки – інноваційний підхід до доставки страв;

✓ системи самообслуговування – системи швидкого замовлення без участі персоналу.

8. Розвиток гейміфікації:

✓ програми для дітей – інтерактивні ігри або змагання в меню;

✓ бонусні системи – нагородження клієнтів за повторні візити або виконання певних завдань;

✓ ігровий підхід у обслуговуванні – впровадження квестів чи інтерактивів для гостей» [2, с.729730]

Упровадження в бізнеспрактику вітчизняних підприємств ресторанного бізнесу креативних технологій допоможе забезпечити якісно новий рівень їхнього розвитку, поліпшити конкурентні позиції, а також створити можливість своєчасного та ефективного вирішення кризових ситуацій.

На думку Холодницької А., Костюк, І.: «для того щоб ефективно функціонувати в умовах невизначеності та протидіяти викликам, власники ресторанного бізнесу повинні відкинути звичні формати діяльності, натомість залучити всі можливі резерви та сили на пошуки нових креативних підходів до ведення бізнесу. Зважаючи на це, заклади ресторанного бізнесу мають впроваджувати інновації, які дозволять максимально забезпечити безпеку відвідувачів, підвищити якість та розширити асортимент страв, збільшити обсяги додаткових послуг, у формі сучасних сервісів доставки, виготовлення та реалізації напівфабрикатів, оновлення меню, підвищення соціальної відповідальності бізнесу, провадження QRкодів для відмови від паперового меню, мінімізації відходів, використання екологічної упаковки тощо. Ключовими тенденціями та перспективами розвитку ресторанного бізнесу повинні стати оптимізація витрат, ефективний менеджмент сервісу, раціоналізація бізнеспроцесів, пошук ідеального меню, концептуалізація бізнесу, а також високий ступінь еластичності та гнучкості, здатність швидко адаптуватися до змін ринку в умовах глобальної невизначеності.

Генезис креативних ідей для трансформації бізнесмоделі ведення ресторанного бізнесу покликаний допомогти зберегти його ринкові позиції. За таких умов вагоме місце посідає використання технологій соціального медіамаркетингу (SMM), як комплексу заходів щодо використання соціальних

медіа як каналів для просування компаній та вирішення інших бізнесзавдань» [3, с.140].

Більшість потенційних клієнтів ресторанів зараз активно користується соціальними мережами. Через це закладам важливо вести свої профілі, ділитися фото, отримувати відгуки та просувати свої послуги саме там. Соцмережі дають можливість краще дізнатися своїх гостей, зрозуміти, які страви й сервіси вони цінують, і постійно підлаштовувати пропозиції під сучасні потреби.

Щоб залишатися конкурентними, ресторани мають регулярно аналізувати, чого хочуть їхні клієнти, вивчати стиль життя, цінності, звички та адаптувати свій формат і меню під такі очікування. Особливу увагу варто приділяти креативності: це не лише авторські страви, а й оригінальний сервіс, стиль подачі та цікаві враження для гостей.

Зараз багато клієнтів приділяють увагу екологічним питанням. Стало звичним використовувати екологічну упаковку, сортувати сміття, працювати за принципом “zero waste” і придумувати способи повністю використовувати кожен продукт. Нові формати, як виїзний кейтеринг, дають гостям незвичайний досвід – сервіс у будьякому місці, незвична локація, оформлення чи подача страв, продумана організація події. Це допомагає ресторану вирізнитися і залишатися цікавим для сучасних гостей [3, с.144].

Краудтехнології дають ресторанам нові можливості для розвитку. Через сайти та популярні онлайнплатформи заклади можуть збирати ідеї від гостей про нові страви, способи приготування, додаткові послуги. Вони проводять конкурси, де люди пропонують цікаві задумки – це допомагає покращити роботу та меню ресторану.

Сучасні гості все більше цікавляться походженням продуктів – звідки вони родом, як вирощені, чи безпечні для здоров'я. Це привело до тренду "Hyper local", коли ресторани використовують тільки місцеві, свіжі продукти, вирощені недалеко від закладу, а не привезені звідалеку. Щоб втілювати цей підхід, багато ресторанів, кафе й їдалень почали самі вирощувати овочі та фрукти — мають власні грядки, сади чи ферми. Вони тісно працюють з місцевими фермерами та виробниками, що

робить їх пропозицію унікальною та привабливою для гостей, які цінують якість і свіжість [3, с.145].

Креативні ідеї в ресторанному бізнесі можна класифікувати за кількома напрямками, які охоплюють різні аспекти діяльності закладу. За типологією Oslo ManualOECD, інновації у харчовій індустрії поділяються на чотири основні категорії:

Продуктові інновації – впровадження нових або істотно покращених страв, напоїв та меню. Це може включати авторські страви, унікальні смакові поєднання, використання незвичайних інгредієнтів, молекулярну гастрономію та меню на основі локальних продуктів.

Процесові інновації – впровадження нових методів виробництва, приготування та доставки страв. Сюди відносяться автоматизація кухонь, роботизація, технології sousvide, системи вертикального фермерства та цифрові кухонні дисплеї.

Маркетингові інновації – нові методи просування, що включають значні зміни в дизайні, упаковці або презентації продукту. Це охоплює інтерактивні меню, AR/VR технології, програми лояльності та соціальні медіастратегії.

Організаційні інновації – стратегічні кроки у створенні нових бізнесмоделей, таких як dark kitchen, рорип ресторани, мультиконцептуальні простори та формати deliveryfirst.

Цифровізація та автоматизація. QRкоди та безконтактне замовлення стали стандартом індустрії. За даними Statista, понад 45% відвідувачів використовували QRкоди для доступу до меню ресторанів протягом останнього року. Ця технологія дозволяє гостям переглядати меню, робити замовлення та здійснювати оплату безпосередньо зі смартфона.

Кіоски самообслуговування набувають популярності, особливо у fastcasual сегменті. За даними National Restaurant Association США, 60% дорослих віддають перевагу замовленню через планшет за столом, а 65% воліють так само оплачувати рахунок. Ці системи не тільки покращують досвід клієнтів, але й зменшують навантаження на персонал.

Штучний інтелект (AI) трансформує роботу ресторанів на всіх рівнях. AI-системи здатні передбачати вподобання клієнтів з високою точністю, персоналізувати рекомендації меню в режимі реального часу та навіть прогнозувати кулінарні тренди до їх появи. Чатботи на основі AI обробляють запити клієнтів цілодобово, приймають замовлення та надають інформацію про алергени.

Автоматизовані кухні стають реальністю у провідних ресторанах світу. Flippy 2 від Miso Robotics використовується в мережах Chipotle та Buffalo Wild Wings для приготування смаженої їжі. CaliExpress у Каліфорнії – це повністю автоматизований ресторан, де роботи готують бургери (до 100 котлет на годину) та картоплю фри.

Sweetgreen впровадила роботизовану систему Infinite Kitchen, яка може збирати до 500 салатів та боулів на годину. У Китаї ресторан Foodom Tianjiang використовує понад 40 роботів для приготування китайської та фастфуд страв для 600 гостей.

В Україні автоматизація розвивається повільніше, але багато закладів вже працюють з хмарними системами обліку, а офіціанти використовують планшети замість блокнотів.

Доповнена та віртуальна реальність. AR-меню дозволяють гостям візуалізувати страви перед замовленням. Відсканувавши QR-код, відвідувачі бачать 3D-моделі страв, детальні описи інгредієнтів та інформацію про харчову цінність. Pizza Hut, McDonald's, Bareburger та Denny's Diner успішно використовують AR-меню.

Технологія доповненої реальності в Україні також починає розвиватися. Компанії пропонують створення 3D-моделей страв, які "оживають" при наведенні смартфона на меню.

Безконтактні платежі та біометрія. Безконтактна оплата стала must-have у ресторанній індустрії. Системи підтримують Apple Pay, Google Pay, Square Pay та інші цифрові гаманці.

Біометричні платіжні системи – наступний рубіж у технологіях оплати. Розпізнавання обличчя та сканування відбитків пальців підвищують безпеку, скорочують час транзакцій та забезпечують безшовний досвід для клієнтів. У Китаї система Alipay від Ant Group дозволяє оплачувати замовлення у фастфуді просто посмівкою – весь процес займає близько однієї секунди проти 15 секунд для картки.

Креативні концепції ресторанів. Іммерсивні ресторани створюють незабутні враження, занурюючи гостей у тематичні всесвіти. Ninja Restaurant у НьюЙорку перетворює відвідувачів на мешканців феодальної Японії з магічними шоу та бойовими мистецтвами. Heart Attack Grill у ЛасВегасі привертає клієнтів екстремальною концепцією: гігантські калорійні бургери подають у псевдолікарняній обстановці "медсестри".

Zenon у Греції поєднує страви азійської та європейської кухні з цифровим мистецтвом – стіни мерехтять голографічними дисплеями та АІсценами, що реагують на рух і звуки у ресторані.

1.3. Кулінарний дизайн та фудстайлінг в ресторанному бізнесі

Сучасні процеси харчування, крім своєї технологічної складової, пов'язаної з особливостями приготування їжі, мають ще один аспект – образний, в якому виявляє себе візуальна компонента оформлення продукту, а також контекстний формат процесу, який визначається тим або іншим подібним рішенням. Нестандартне подавання їжі в ресторанах останнім часом набирає дуже великої популярності: смак страви, звичайно, має першорядне значення, але й те, як воно виглядає на тарілці – не менш важливо. Фуддизайн вже називають модним, хоч і дуже молодим, видом сучасного мистецтва, в якому поєднуються креативний підхід до продуктів харчування, безпосередньо процес приготування їжі, дизайн упаковки продуктів, дизайн інтер'єру, маркетинг, дизайн текстилю та посуду [6, с.130].

У найкращих ресторанах планети страва давно перестала бути лише їжею – вона перетворилася на театральну виставу, наукову експедицію та артоб'єкт

одночасно. Кожна тарілка розповідає власну історію, занурює гостя у спогади чи переносить до незвіданих світів.

Alinea, Чикаго – магія Grant Achatz. У цьому храмі молекулярної кухні шефкухар Grant Achatz творить справжні чудеса. Їстівна кулька з гелієм – найвідоміша його витівка: повітряна сфера з яблучної карамелі, що наповнена гелієм, буквально летить у роті, а перед тим, як з'їсти її тендітну оболонку, гості вдихають газ і на мить отримують мультяшний голос. Десерт просто на столі – шеф і його команда перетворюють скатертину на полотно, малюючи соусами абстрактні композиції, які потім гості з'їдають прямо зі столу, наче дегустуючи живопис. Чорний трюфельвибух – делікатна капсула з гарячим бульйоном, що миттєво "вибухає" у роті, наповнюючи її інтенсивним смаком.

Noma, Копенгаген – поезія Nordic від René Redzepi. Данський ресторан René Redzepi став революцією у світі гастрономії, створивши цілу філософію New Nordic Cuisine. Тут природа Скандинавії оживає на тарілці: мох і креветки на камені – страва, де смажений олений мох, присипаний білими грибами, нагадує справжній лісовий пейзаж. Оливки в шоколаді – мох, вкритий темним шоколадом і посипаний лакричною сіллю, зі шведськими сосновими грибами. Картопля в попелі – овоч, запечений у глині, який виглядає так, ніби щойно дістали з вогнища.

El Celler de Can Roca, Жирона – каталонська елегантність. Троє братів Roca вивели презентацію страв на рівень філософського висловлювання. Оливкове дерево – справжнє дерево бонсай, з гілок якого звисають карамелізовані оливки: чорна – хрустка темпура, зелена – оливкова кремпаста з анчоусом. Парфумована страва – вони інтегрують аромати парфумів у страви, створюючи багатовимірний сенсорний досвід.

Disfrutar, Барселона – ілюзії й радість. Учні легендарного El Bulli створили ресторан, де авангардна кухня поєднується з грайливістю. Фуагра як папір – делікатес, розкочаний до товщини паперу. Прозорі равіолі з песто – подаються на соснових шишках, їх занурюють у соус, а прозорість оболонки дозволяє бачити кожен інгредієнт. Рідкий салат у склянці – овочі у зовсім несподіваній текстурі. Багатосферична оливка – цукрова оболонка, що вибухає у роті рідким вмістом.

The Fat Duck, Брей – ностальгія Heston Blumenthal. Британський провокатор Heston Blumenthal поєднує науку зі спогадами дитинства. Звуки моря – найвідоміша страва: дерев'яна коробка з піском, скляною кришкою, на якій розміщені морепродукти, їстівний пісок, мушлі та морська піна. Гостям дають навушники з записом хвиль, крику чайок і шуму пляжу – звуки пробуджують спогади про літо біля моря. Морозиво "беконяйце" – несподіване поєднання солоного й солодкого. Чай Аліси – бульйон, поданий у годиннику, натхненний "Алісою в Країні Чудес".

Central, Ліма – вертикальний Перу Virgilio Martínez. Перуанський геній створив концепцію вертикальної гастрономії: кожна страва представляє певну висоту над чи під рівнем моря. МініПеру на тарілці – дегустаційне меню з 1316 страв, що охоплює 8 екосистем від 15 метрів під водою до 4200 метрів у горах. Екстремальна висота (4200 м) – кукурудза, кіноа, гірські трави з озерними ціанобактеріями, що ростуть лише на великій висоті через унікальні атмосферні умови. Каміні, мушлі, деревина – презентація нагадує справжній природний ландшафт Анд.

Ці ресторани не просто годують – вони створюють емоційні подорожі, де кожна страва стає актом комунікації між шефом і гостем, діалогом про пам'ять, природу, культуру та саму суть смаку.

Ось декілька **фото креативних десертів** з відомих ресторанів зокрема, The Fat Duck):



Рис.1. 1. Складний десерт із комбінацією текстур та форм, типовий для молекулярної гастрономії.



Рис.1.2. Дуже «художня» подача зі спіралями, кульками та мінікомпонентами.

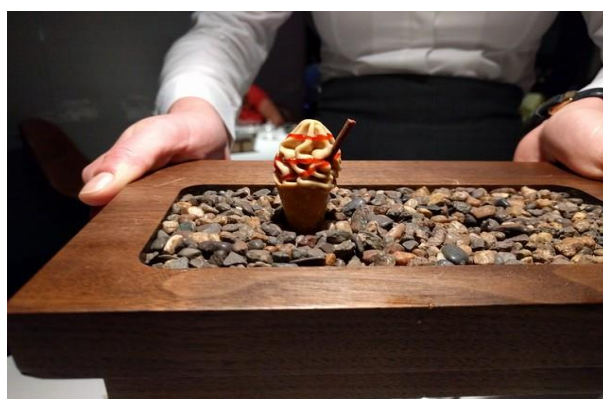


Рис.1.3. Десерт у коробціаміні, який подають прямо гостю, створюючи театральний ефект.



Рис.1.4. Святкова версія десерту (можливо, різдвяного меню) з естетичними деталями.

Бажання зробити страви візуально чарівними породило цілий мистецький жанр. Роботи фуддизайнерів не лише красиві, а й смачні. Трохи креативу, уяви та

звичайних інгредієнтів – і їжа набуває фантастичних обрисів. Це лише один аргумент на користь нового тренду в ресторанах – фуддизайн (від англ. food – їжа). Він охоплює оформлення готових страв, їх опис у меню, дизайн посуду, сервірування та весь процес трапези. Фуддизайн уже міцно увійшов у наше повсякдення. Це один із найобіцяльших векторів сучасного дизайну. Термін означає не просто набір візуальних хитрощів, а повноцінну культурнофілософську ідею: комплексний підхід до створення та подачі їжі, плюс тісна співпраця дизайнерів, технологів і шефів.

Фуддизайн в Україні – це переважно сфера шефкухарів, які творчо інтерпретують традиційні страви, поєднуючи візуальну естетику з гастрономією. В табл.1.2. наведено інформацію про українських фуддизайнерів натхненних рухом за автентичну кухню. Вони фокусуються на інноваційній подачі, локальних інгредієнтах та культурній ідентичності.

Таблиця 1.2.

Топ українських фуддизайнерів

Фуддизайнер	Досвід, досягнення та приклади
Євген Клопотенко	Лідер "кулінарної революції"; борщ у ЮНЕСКО; ресторан 100 Rokiv Tomu Vpered з молекулярними версіями вареників та банушу; книга рецептів з візуальним редизайном страв.
Юрій Ковриженко	Засновник Mriya Neo Bistro; ф'южн традицій з інноваціями (ферментація, дим); comfort food як "оптичні ілюзії" з овочів; кулінарна дипломатія.
Оля Геркулес лондонська українська шефкухарка, кулінарна письменниця і фудстилистка	Авторка "Home Food"; креативні фотостилінг традиційних страв (голубці з ф'южном); фокус на сезонній подачі для глобальної аудиторії.
	Фудстилистка з Instagram (Cooking_by_Yuliya); щоденні рецепти з візуальними "вау"ефектами (квіти з овочів); натхнення для домашнього фуддизайну.
Alissa Timofeycheva	Фудстилистка з Instagram (Cooking_by_Yuliya); щоденні рецепти з візуальними "вау"ефектами (квіти з овочів); натхнення для домашнього фуддизайну.
Сергій Тернов	Учасник кулінарних шоу; креативні плейтинг (деруни з димом); колаборації з брендами для фотостилінгу страв.

*розроблено автором на основі

Пошук нових способів споживання та сприйняття їжі виражений у великій кількості концептуальних проектів та робочих прототипів. Фуддизайн не

обмежується дизайном їжі, її об'ємнопластичної структури. Це і організація процесу приготування їжі та процесу її поглинання.

Дослідники трендів кулінарного дизайну А. Р. Літвінчук, Є. М. Фесак, Т. О. Колісниченко [6] рекомендують розділити його на процесуальний і предметний, які включають кілька інших видів дизайну, адаптованих до його цілей. У предметному фуддизайні можна виділити дизайн матеріальнопредметного середовища зберігання, продажу та обробки продуктів харчування, а також фуддизайн як мистецтво або їжа як артоб'єкт. Процесуальний фуддизайн існує в інтеграції з предметним, в рамках якого може проводитися сценарне проектування для організації та проведення різноманітних заходів (весіль, дегустацій, корпоративних та ділових зустрічей тощо). Сам процес їжі вже говорить про те, що ситуація постійно змінюється: одні страви зникають, інші з'являються, постійно змінюється і сервірування столу [6, с.132].

В предметному фуддизайні можна виокремити два ключові напрями: поперше, дизайн матеріальнопредметного середовища, що охоплює питання зберігання, продажу та обробки продуктів харчування; подруге, фуддизайн у мистецькому вимірі – коли їжа перетворюється на артоб'єкт або об'єкт споглядання.

До другої групи належать, наприклад, художні композиції з харчових продуктів, гастрономічні інсталяції або так звані "фудоб'єкти". У процесі створення абстрактної чи предметної композиції з їжі художній компонент може стати настільки домінуючим, що такий витвір прирівнюють до твору мистецтва і розглядають у ключі фударту.

Термін «фударт» охоплює низку напрямків і явищ: оформлення та декорування страв, кулінарний чи фруктовий карвінг, фудінсталяції, а також гастрономічні репрезентації, які поєднують естетику, креативність та несподівані ідеї.

Гастрономічні презентації – це мистецтво вишикування страв на тарілці або сервіровочній поверхні з метою створення цілісного естетичного образу. Вони поєднують принципи композиції, кольорової гармонії та баланс компонентів.

Добре вишикована страва впливає на сприйняття смаку, посилює апетит і створює незабутній досвід для гостя.

Кулінарний карвінг – це техніка художньої різьби по фруктам, овочам та іншим харчовим продуктам. Майстер за допомогою спеціалізованих інструментів створює із звичайних продуктів (гарбуза, дині, помідорів, редиски, морквин тощо) складні скульптури, орнаменти та фігури. Карвінг перетворює страву на витвір мистецтва, а тарілку – на художню полотно [6, с.133].

Фудінсталяції – це масштабні артоб'єкти, створені з харчових продуктів. Вони виходять за межі окремої тарілки та перетворюють весь простір на художню інсталяцію. Такі проекти часто мають тимчасовий характер, можуть включати взаємодію з глядачами та втілюють концептуальні ідеї. Фудінсталяції поєднують гастрономію, образотворче мистецтво та театральність[6, с.133].

Таблиця 1.3.

Приклади фото трендів фудфотографії

Тренд	Приклад фото	Опис
Автентичність та реалізм	Halfeaten burger з краплями соусу	Крихти та плями для "життєвого" вигляду; з Cherrydeck.
Екоестетика	Органічні овочі на бамбуковій тарілці	Zerowaste пропси з переробки; ©Anna Janecka, Nikon.
Яскраві кольори	Фруктовий салат на неоновому тлі	Болдтонів для свіжості; Dubai тренд.
Левітація	Плаваючі фрукти над столом	Динаміка з Photoshop; для соцмереж.
Ф'южнкультури	Sushi на скандинавському льні	Глобальне поєднання; культурний мікс
Жорстке освітлення	Стейк з драматичними тінями	Контраст для текстур; Christine Garcia Urbina.

*узагальнено автором

Фудстайлінг – це мистецтво робити страви привабливими на вигляд. Колись його використовували переважно для журналів і кулінарних книг, але з розвитком технологій він став основою фудфотографії та важливою частиною ресторанної

подачі. Фудстайлінг дозволяє гостям побачити і зрозуміти трохи більше про страву, а також гарантувати що можна очікувати. Тому фудстайлінг дуже корисний для вебсайтів та блогів в соціальних мережах.

Щоб успішно працювати в цій сфері, потрібні базові кулінарні навички: вони допомагають правильно поводитися з продуктами, створювати форми, декоративні нарізки та обирати відповідний гарнір. Реквізит – серветки, посуд, текстиль – формує настрій і підсилює композицію.

Фудфотографія – це не просто знімок страви, а створення тренду й стилю подачі, який привертає увагу гостей. Вона стала важливим інструментом у журналах, кулінарних книгах, на сайтах та в соціальних мережах – Facebook, Instagram, блогах – і є одним із найсильніших засобів реклами.

Якісна фотографія їжі формує перше враження та здатна викликати бажання скуштувати продукт, навіть якщо гість ніколи його не пробував. Тому фудфотограф має вміти підкреслювати головний акцент страви, будувати історію кадру та працювати з композицією (табл.1.3).

Таблиця 1.3.

Приклади фото трендів фудфотографії

Тренд	Приклад фото	Опис
Автентичність та реалізм	Halfeaten burger з краплями соусу	Крихти та плями для "життєвого" вигляду; з Cherrydeck.
Екоестетика	Органічні овочі на бамбуковій тарілці	Zerowaste пропси з переробки; ©Anna Janecka, Nikon.
Яскраві кольори	Фруктовий салат на неоновому тлі	Болдтонів для свіжості; Dubai тренд.
Левітація	Плаваючі фрукти над столом	Динаміка з Photoshop; для соцмереж.
Ф'южнкультури	Sushi на скандинавському льні	Глобальне поєднання; культурний мікс
Жорстке освітлення	Стейк з драматичними тінями	Контраст для текстур; Christine Garcia Urbina.

*узагальнено автором

Різні рекламні платформи вимагають власного підходу: фото для журналу, Instagram чи кулінарного сайту виконуються порізно. Фудстайлінг у цьому процесі допомагає розкрити характер страви, передати її атмосферу й сформувати очікування гостя щодо того, що він отримає в реальності.

Фудфотографія, завдяки світлу, композиції та обробці, може повністю змінити сприйняття страви. Саме тому стиль подачі для камери часто впливає і на те, як гість бачить та оцінює їжу в кафе чи ресторані.

У 2025 році технології відіграють дедалі важливішу роль у фудфотографії. Використання штучного інтелекту та доповненої реальності може вивести ваші зображення на новий рівень, пропонуючи інноваційні способи демонстрації ваших творінь у цифровому середовищі [39].

Експерименти з альтернативними перспективами та композиціями можуть вдихнути нове життя у вашу фотографію. Від зйомки зверху до крупних планів – існують безмежні можливості досліджувати та розширювати межі традиційної фудфотографії [39].

Розуміння впливу освітлення та методів редагування на ваші зображення є ключем до створення приголомшливих візуальних ефектів. Незалежно від того, чи ви віддаєте перевагу природному чи штучному освітленню, знання того, як маніпулювати освітленням, може суттєво вплинути на ваш кінцевий продукт [39].

Висновки до 1 розділу

В розділі розкрито суть наукові підходи до визначення та розуміння суті креативності, зокрема у сфері ресторанного бізнесу.

Варто відзначити, що у розвинених країнах креативність давно стала нормальною практикою та важливим джерелом конкурентних переваг у сфері гостинності.

Щоб Україна швидше перейшла до інноваційного типу розвитку, потрібно активно впроваджувати й підтримувати творчі та креативні процеси в усіх сферах діяльності.

Підвищення рівня креативності приносить значні вигоди як працівникам, так і бізнесу загалом. Заклади, які вміють ефективно управляти творчим потенціалом персоналу, отримують суттєву перевагу на ринку, де конкуренція постійно зростає.

Креативні ідеї та технології у ресторанному бізнесі охоплюють широкий спектр інновацій – від продуктових (молекулярна гастрономія, унікальні меню) до процесових (роботизація, AI, вертикальні ферми), від маркетингових (AR/VR меню, біометричні платежі) до організаційних (ghost kitchen, popup, мультиконцепти). Міжнародні приклади демонструють, як технології змінюють досвід відвідувачів та оптимізують операційну діяльність. Український ресторанний ринок також активно інтегрує інновації, створюючи унікальні концепції, що поєднують національну ідентичність з сучасними технологіями.

РОЗДІЛ 2.

АНАЛІЗ (ПРАКТИКИ) ВПРОВАДЖЕННЯ КРЕАТИВНИХ ТРЕНДІВ У РЕСТОРАНАХ ІВАНОФРАНКІВСЬКА

2.1. Гастрономічне обличчя ІваноФранківська

ІваноФранківськ сьогодні – це не просто обласний центр на Прикарпатті, а динамічний діловий, туристичний та культурний хаб, що приваблює молодь, студентів, бізнес та мандрівників своєю безпекою, якістю життя та унікальною гастрономічною сценою. Місто органічно поєднує багату галицьку кулінарну спадщину з інноваційними підходами до ресторанного бізнесу, створюючи особливе гастрономічне обличчя, яке відрізняє його від інших українських міст.

За результатами дев'ятого муніципального опитування Міжнародного республіканського інституту (квітень-травень 2024 року), ІваноФранківськ посів друге місце серед найбезпечніших міст України з індексом безпеки 0,9. Місто визнане найбільш розквітаючим (1ше місце) та посіло третє місце за індексом комфортності серед українських обласних центрів [28].

Серед мешканців міста 53% оцінюють місто як однозначно комфортне, ще 28% – скоріше комфортне. ІваноФранківськ відзначили як економічно розвинене (2ге місце), доглянуте (3тє місце), радісне (3тє місце) та екологічно чисте (5те місце). За рейтингом WEM (2024), індекс злочинності міста становить лише 28,3, що є одним з найнижчих показників в Україні. [27].

Географічне розташування міста забезпечує відносну безпеку в умовах війни – ІваноФранківськ розташований далеко від бойових дій, що робить його привабливим для внутрішніх переселенців, бізнесу та туристів.

ІваноФранківськ – це важливий освітній центр з розвинутою мережею вищих навчальних закладів. У місті працюють провідні університети: ІваноФранківський національний медичний університет (заснований у 1945 році), ІваноФранківський національний технічний університет нафти і газу, Карпатський національний університет імені Василя Стефаника, Університет Короля Данила, Донбаська

національна академія будівництва і архітектури (філія), Західноукраїнський економікоправничий університет та багато інших. [28].

Студентська молодь формує особливий запит на демократичні, креативні та доступні заклади харчування, що стимулює розвиток різноманітних ресторанних форматів – від швидкого харчування до концептуальних локацій. [28].

ІваноФранківськ є стратегічним туристичним центром регіону. У 2016 році відкрився Туристичноінвестиційний центр (вул. Галицька, 4А, Ратуша), який надає інформаційні послуги відвідувачам, допомагає з бронюванням готелів, промоцією туристичних маршрутів, орендою пристроїв для самостійнокерованих екскурсій.

Місто є відправною точкою для мандрівок до Карпат, центром культурного туризму з унікальною архітектурою. Компактне планування міста, збережена історична забудова австроугорського періоду, унікальна Ратуша з позолоченим шоломоподібним куполом (єдина в Європі), численні заклади культури створюють привабливу туристичну інфраструктуру.

Туристична галузь є стратегічним напрямком соціальноекономічного розвитку ІваноФранківщини. В області діє мережа з 8 туристичноінформаційних центрів. Існуюча база рекреаційних закладів (понад 500 одиниць на 20 тис. місць) дає можливість нарощувати лікувальнооздоровчі, туристичні, спортивні послуги.

Галицька кулінарна спадщина вважається фундаментом ресторанної культури сучасного ІваноФранківська.

Гастрономічне обличчя ІваноФранківська базується на багатій галицькій кулінарній традиції, що формувалася протягом століть під впливом різних культур. Галицька кухня – це унікальне поєднання традицій українців, вірменів, поляків, угорців, євреїв. Усі ці народи, проживаючи на території Галичини, обмінювалися досвідом, секретами, цікавими стравами та особливостями приготування [30].

Характерні страви галицької кухні:

- Галицький борщ з грибами – із особливою технологією приготування
- Палюшки – відварені валики з тіста у солоному окропі
- Бограч – угорський м'ясний суп з солодким перцем
- Роляда – м'ясний рулет

- Книші та книдлі – відварні вироби з тіста чи картоплі
- Кулеша – рідка кукурудзяна каша з вершковим маслом
- Лазанки, флячки, паштети, налисники (закручені млинці з начинкою)

Маріанна Душар відзначає серед основних галицьких страв картопляні пироги, фаршировану рибу, яринові (овочеві) супи. Тарас Возняк називає суто галицькими стравами жур, бойківські книші, мачанку та капусту. Великий пласт галицької кухні – страви без м'яса, широко представлені у «Новій кухні вітамінівій».

Культура галицького столу – це не лише рецепти, це розмови за столом, подача страв і великий пласт культури. Галицькі господині мають у своїх шуфлядах зшитки з переписами, за якими готували їхні бабці, мами. Хоча галичани відкриті до нового в кулінарії (готують тарти, киші, лазанью, гаспачо), вони адаптують їх до галицьких традицій та місцевих продуктів.

Шляхетна кухня Галичини кінця XIX – початку XX століття представляла високу гастрономічну культуру аристократичних родів Любомирських, Потоцьких, Держинських, Бадені, Сапег. Це були витончені страви: шаркутерія з індика, сідло ягняті поіндійськи, тимбаль аля кардинал, каплуни, куріпки й каляфіори. Смак звичних страв українськопольського прикордоння є результатом кількавікової взаємодії різних культур, активного прийняття та переосмислення впливів середземноморської та балканської гастрономічних традицій.

Характерним гастрономічним трендом можна вважати сучасну інтерпретацію галицької спадщини в закладах ресторанного господарства міста ІваноФранківськ.

Дім Мулярових (Перша сімейна ресторація Мулярових) – найяскравіший приклад збереження галицької кулінарної спадщини. Страви готуються з локальних продуктів за відтвореними давніми рецептурами з переписів Стефанії Мулярової 1909 року. Особливо цікаві страви, приготовлені в давній тунельній печі за технологіями наших бабусь. Ресторанмузей галицького побуту розташований у будинку періоду АвстроУгорщини 1909 року. У меню: справжні галицькі страви –

«правдиве» м'ясо, роляда, томлена качина ніжка, книш, мулярова пательня, борщ, кулеша, вареники з різними начинками, фірмовий штрудель по рецепту Мулярової.

«Паляниця. Кухня Галичини» – заклад швидкого харчування з автентичною їжею, притаманною для регіону (вул. Січових Стрільців, 13а). Відкритий у 2022 році, заклад поєднує сучасний дизайн та смачну українську галицьку кухню. Зал розрахований на 120 відвідувачів, літній майданчик – додатково 80 осіб. У меню: вареники з картоплею, книдлики, палюшки, різноманітні млинці, печеня подомашньому, квасоля з м'ясом, борщ, деруни. Заклад зберігає елементи історії – панно в залі, вмонтоване в 1938 році, стінку – залишок оригінальної архітектури 1968 року [31].

Етнокухня «Традиція» (вул. Грушевського, 40) – автентична українська кухня у сучасному стилі. Заклад працює щодня з 10:00 до 21:00, пропонує справжню українську гастрономічну спадщину в самому серці міста [32].

ІваноФранківськ демонструє активне впровадження інноваційних підходів, які трансформують ресторанну індустрію.

Ключові напрями інноваційного розвитку:

1. Автоматизація та цифровізація бізнеспроцесів

Ресторани активно впроваджують CRMсистеми, програми для управління замовленнями, складуванням і персоналом. Використання QRкодів для меню, інтерактивних столів або мобільних додатків для самостійного замовлення стало звичною практикою. QRменю дозволяють гостям сканувати меню смартфоном, оплачувати замовлення, залишати відгуки та чайові без паперових меню.

Автоматизовані каси та системи замовлень спрощують процес і забезпечують точність обліку. Цифрові екрани на кухні для відображення замовлень, системи контролю залишків продуктів, портативні POSсистеми допомагають оптимізувати бізнеспроцеси.

2. Безконтактне обслуговування та онлайнплатформи

Безконтактна оплата карткою є *musthave* у галузі. Мобільні додатки дозволяють клієнтам розміщувати замовлення, бронювати столики і навіть

оплачувати страви. Зростає популярність доставки їжі та замовлення онлайн. Онлайнменю містять більше варіацій та деталей про страви.

3. Big Data та аналітика

Використання інструментів Big Data та аналітичних платформ допомагає зрозуміти уподобання клієнтів. Штучний інтелект та аналітика даних використовуються для персоналізації меню та акцій на основі вподобань клієнтів.

4. Інтернет речей (IoT) та смарттехнології

Автоматизовані кухонні прилади та системи моніторингу забезпечують ефективне використання ресурсів і підвищують якість обслуговування. Інноваційне управління енергією, прогнозне обслуговування, системи безконтактних платежів, голосове керування інтегруються в роботу закладів.

5. Віртуальна та доповнена реальність (VR/AR)

Креативні рішення щодо використання VR/AR для створення унікального клієнтського досвіду є важливим трендом. Віртуальна та доповнена реальність використовуються для демонстрації страв, інтерактивних меню, створення іммерсивних вражень.

6. Екологічні інновації

Створення та розвиток екоресторанів є принципово новим напрямом. Впровадження екологізації: використання біodeградуємих засобів, енергозберігаючих технологій при будівництві закладів, екопакувань, мінімізація відходів, компостування.

Попри сказане, варто врахувати, що розуміння та задоволення потреб сучасних гостей є критичним фактором успіху розвитку ресторанного бізнесу.

Основні очікування гостей у 2024-2025 роках:

1. Безпека та гігієна

Наявність видимої кухні є одним з головних факторів, що дозволяють людям довіряти ресторану у дотриманні гігієнічних норм. Відкриті кухні створюють прозорість процесу приготування.

2. Персоналізація досвіду

Гості очікують персоналізований підхід: врахування дієтичних обмежень, алергій, індивідуальних уподобань. Технології допомагають забезпечити більш персоналізований досвід через аналіз історії замовлень, уподобань.

3. Швидкість та зручність

Формат "фасткажуал" (fastcasual) поєднує вишукані страви зі швидкістю обслуговування. Гості цінують спрощений процес замовлення через автоматизовані системи. Популярність набувають формати з акцентом на швидкість: deliveryfirst та dark kitchen (віртуальні кухні).

4. Якість та локальність продуктів

Підвищений інтерес до здорової їжі та натуральних продуктів. Гості хочуть знати походження інгредієнтів, цінують локальні фермерські продукти. Акцент на plantbased меню (рослинні страви) та сезонність.

5. Унікальний досвід та атмосфера

Гості шукають "досвід", а не лише їжу. Рорік івенти, шефколаборації, тематичні вечери підвищують середній чек. Важливою стає гейміфікація – використання ігрових елементів у ресторанному досвіді.

6. Соціальна відповідальність

Споживачі віддають перевагу закладам, які підтримують локальні спільноти, займаються благодійністю, мають екологічну політику. Стійкість (sustainability) стає стандартом: мінімізація відходів, компостування, екопакування.

7. Цифрова інтеграція

Гості очікують можливості онлайнбронювання, цифрових меню, мобільних додатків для замовлення та оплати. Активна присутність закладу в соціальних мережах, можливість ділитися враженнями.

Отже, на підставі вищесказаного, можна зробити висновок, що гастрономічне обличчя ІваноФранківська формується завдяки унікальному поєднанню факторів:

1. Історична глибина: Багата галицька кулінарна спадщина від австроугорських часів до сьогодення.

2. Географічна позиція: Близькість до Карпат, доступ до локальних фермерських продуктів, гірських трав, грибів, ягід.

3. Мультикультурність: Поєднання українських, польських, угорських, єврейських, вірменських кулінарних традицій.

4. Інноваційність: Активне впровадження сучасних технологій при збереженні автентичності.

5. Соціальна відповідальність: Urban Space 100 як модель соціального підприємництва.

6. Креативність: Унікальні концепти (Шпіндель, Курултай, Dali Bude), які не мають аналогів в Україні.

7. Професіоналізм: Висококваліфіковані шефкухарі, навчання у провідних кулінарних школах.

8. Студентська аудиторія: Молодь формує попит на демократичні, сучасні формати.

9. Туристичний потік: Необхідність вражати гостей з різних регіонів і країн.

2.2. Аналіз креативних концепцій та ідей в сучасних ресторанах ІваноФранківська

Ресторанна культура ІваноФранківська демонструє вражаючу динаміку розвитку. Від мережі «23 ресторани» та соціального проєкту Urban Space 100 до креативних концептів (Шпіндель, Satori, Dali Bude) – місто пропонує широкий спектр гастрономічних пропозицій. Ключові тенденції включають використання локальних продуктів, переосмислення української кухні, відкриті кухні, інтеграцію історії з сучасністю, мультикультурність, демократичні формати та соціальну відповідальність. ІваноФранківськ став одним із провідних гастрономічних центрів України, де традиції органічно поєднуються з інноваціями, а ресторани виконують не лише функцію харчування, але й стають культурними просторами та центрами громадського життя.

Ресторанна сцена ІваноФранківська демонструє вражаюче різноманіття підходів до гастрономії, поєднуючи традиції з інноваціями. Нижче представлено детальний огляд ключових тенденцій із конкретними прикладами закладів.

1. Локальні продукти та фермерська кухня

Тенденція: Використання продуктів місцевих виробників, підтримка локальних фермерів, прозорість походження інгредієнтів.

Fabbrica – італійський ресторан з українськими продуктами (мережа «23 ресторани»). Головний принцип закладу – використання виключно українських продуктів, переважно локальних фермерських. У закладі є спеціальний цех, де роблять томатний сік, в'ялені помідори та лимонад. Щоденно мелють свіжу муку на мельниці ручної роботи від Діттер Вальднер, а зерно твердих сортів вирощує монах Алексей під Уманню. Унікальна дров'яна піч ручної роботи для неаполітанської піци, відкрита кухня.[13].

OMNIVORE – ресторан фермерських і натуральних продуктів в історичному готелі NADIYA PALACE. Розкішна відкрита кухня на чолі з шефкухарем Іваном Данилюком. Готують страви на вогні з ароматом диму, томлені делікатеси, м'ясні вироби власного виробництва. Паста власного виробництва з твердих сортів пшениці готується при гостях у 30кілограмовому колі витриманого сиру Grana Padano. М'ясо та м'ясні делікатеси за рецептом масара Олекси – батька власника закладу. Печі Jospier та Maretti Forni додають їжі особливий аромат[14]..

Дім Мулярових (Перша сімейна ресторація Мулярових) – ресторан домашньої галицької кухні (вул. Чорновола, 5). Страви готуються з локальних продуктів за відтвореними давніми рецептурами з переписів, знайдених при реконструкції будинку і належали кулінарці Стефі Муляровій. Особливо цікаві страви, приготовлені в давній тунельній печі за технологіями наших бабусь. Ресторан розташований у будинку періоду АвстроУгорщини 1909 року, де проживала видатна кулінарка Стефанія Мулярова. Заклад є справжнім музеєм галицького побуту і кулінарії XX століття. Ресторан займає 3 поверхи і має затишну літню терасудворик, окремі зали для святкувань від 12 до 60 гостей. Є безкоштовна дитяча кімната та аніматор. [15].

2. Авторська українська кухня та переосмислення традицій

Тенденція: Трансформація класичних українських страв, відмова від радянських стереотипів, авторські інтерпретації.

Dali Bude – ресторанировка з «оптимістичною українською кухнею» (вул. Незалежності, 4). Поєднує багаторічні традиції та сучасний підхід до української кухні. Страви натхненні українською кулінарною спадщиною – гість вирушає у гастромандрівку крізь цілу державу. У меню: традиційні страви (галушки по-полтавськи, запечені голубці, гуцульські делікатеси, кримськотатарські страви), морепродукти (рапани та мідії з Одещини). Використовується сучасний підхід із технологіями молекулярної кухні та оригінальною подачею. Власна сироварня виготовляє сири – від моцарели до чеддера. Понад 200 позицій українських вин. [16].

Urban Space 100 – громадський ресторан, соціальне підприємство (вул. Незалежності, 100). Відкритий 27 грудня 2014 року, скеровує 80% чистого прибутку на підтримку громадських проєктів у місті. 100 людей інвестували по \$1000. Поєднано подієвий майданчик, радіостудію Urban Space Radio, крамничку українських брендів, відкриту кухню. Ресторан працює з 6:00 ранку, що зручно для гостей, які прибувають ранковим потягом із Києва. Підтримані проєкти: реставрація старовинних дверей міста, День вуличної музики, танцювальний фестиваль, створення муралів, конференція «Кіно за кадром». [17].

3. Відкриті кухні та кулінарний театр.

Тенденція: Прозорість процесу приготування, залучення гостей до кулінарного процесу, шоукухня.

Fabbrica – кухня відкрита, гості можуть спостерігати за роботою кухарів. Пасту готують повністю вручну на очах у відвідувачів: замішується, розкачується, ріжеться. Унікальна дров'яна піч ручної роботи для приготування неаполітанської піци.

OMNIVORE – розкішна відкрита кухня, кулінарний театр. Паста готується прямо перед гостями у великому колі сиру Grana Padano (рис.2.1). Печі Josper та Maretti Forni працюють на очах у відвідувачів. [14].



Рис.2.1. Приготування пасти у колі сиру Grana Padano

YOKI – ресторан азійської кухні (вул. Незалежності, 3). Відкрита кухня дозволяє спостерігати за мистецтвом створення азійської кухні. Страви готуються одразу після замовлення. Особливий інтер'єр з азійськими акцентами. Поєднання азійських нот з тайською, японською та корейською кухнею. Можливість замовити кальян, чарівні банкети до 200 осіб. Власна швидка доставка. [18].

Corassini – авторські рецепти готуються на відкритій кухні. Гості мають змогу спостерігати за процесом приготування страв. Дизайн інтер'єру від YOD group.

4. Історична спадщина та сучасний дизайн. Інтеграція історії в концепцію закладу, збереження автентичності при використанні сучасного підходу.

Corassini – ресторан у Бастіоні, реконструйованій частині Станіславської фортеці, збудованої в 1662 році французьким інженером Франсуа Корассіні. Концепція побудована на інтеграції сучасного дизайну в історичне середовище. В обробці використані мідь, кована сталь, сланець, масив дерева, які передають дух епохи. Дизайн від YOD group робить заклад затишним, сучасним і стильним. Вишукана італійська кухня, класичні італійські страви, пінца за традиційними рецептами [19].

Антикварня «Шпиндел'» (вул. Південний Бульвар, 15). Унікальний заклад, аналогів якому немає в Україні. Інтер'єр прикрашають тільки оригінальні антикварні речі: 62 годинники та 17 барометрів, антикварні шафи та 100річна барна стійка, касовий апарат 1895 року, старовинні картини. Вінтажний музичний автомат Jukebox відтворює вінілові платівки, механічний гральний автомат «Однорукий бандит» 1962 року. Унікальна діорама відтворює типове життя городян Станіславова початку XX століття. Меню: угорський бограч, пікантні завиванці з буряка, сирні книдлі, котлета покійівськи, фісташковий наполеон, фірмове тирамісу, ягідні чаї. [20].

Ambasada – культурногастрономічний простір (площа Адама Міцкевича, 4). Заклад у будинку 1895 року, створеному польським архітектором Яном Томашем Кудельським у поєднанні стилів необароко й неоренесанс. Інтер'єр виконаний у стилі необароко з сучасними акцентами. Дзеркала, декоративні елементи та картини в стилі попарт. Працює щодня з 11:00 до 23:00. [18].

OMNIVORE – дизайн від Маргарити Бойко та GAB ARCHITECTS, натхнений багатою історичною спадщиною готелю. Артоб'єкти: ведмідь із персидського килима, створений британською художницею Деббі Лоусон. Панорамні вікна відкривають неймовірні види на місто, картини хустини художниці Лариси Константинової. Банкетна зала "Дзеркальна", прикрашена величезним венеціанським дзеркалом.

5. Мультикультурна гастрономія та кухні світу. Представництво різних світових кухонь, гастрономічні подорожі, поєднання традицій.

Ambasada – «посольство світових гастрономічних столиць». Власники закладу мандрували Парижем, Віднем, Варшавою, НьюЙорком, Чикаго, Бангкоком, Сінгапуром, ТельАвівом, Римом. У меню страви французької, італійської, американської та азійської кухні. Меню включає: курча попекінськи у двох подача), ризото міланезе з томленою телятиною, локшина «Пад Тай» з куркою, пельмені з креветкою, борщ із ребром. Вишукана винна карта з напоями з різних країн світу. Можливість проведення банкетів. [18].

Маменорі – ресторан азійської кухні (вул. Пилипа Орлика, 4а). Заклад спеціалізується на нестандартних ролах і суші. У меню представлені страви японської кухні з елементами ф'южн. Фірмові страви – роли від шефа «Маменорі Делюкс», «Маменорі з вугром», «Маменорі з лососем», «Маменорі Фламінго Сяке». Невеликий затишний заклад. Страви готуються одразу після замовлення з добірних продуктів: ніжне філе риби, свіжі морепродукти та якісні соуси. Японська кухня за найдемократичнішими цінами міста. Власна служба доставки, можливість взяти з собою без плати за упаковку. [21].

Піросмані – грузинський ресторан. Заклад оформлений у східному стилі. Коричневі відтінки створюють затишок, етнічна музика допомагає поринути у грузинську гастрономічну культуру. Автентичні страви: хінкалі, чашушулі, чкмерулі, баранина з овочами, хачапурі поаджарськи. Три зали, здатні прийняти до 100 гостей, літній майданчик на 30 осіб і дитяча кімната. [22].

6. Креативні формати та нові концепції. Експериментальні підходи до подачі, унікальні концепції, поєднання різних функцій.

SAPORI – новий італійський ресторан (вул. Гетьмана Мазепи, 23), відкритий 30 квітня 2025 року. Концепція «дворика італійської родини». Створений подружжям Юлією та Валентином Бакаєвими, надихнутими подорожами Італією. Інтер'єр: багато зелені, теплі кольори, глиняні текстури, дерев'яні меблі, м'яке світло. Ресторан на 35 місць, окремий камерний зал для банкетів. Паста готується повністю вручну – замішується, розкачується, ріжеться на місці. Щотижня діє спеціальна пропозиція – сет страв певного регіону Італії. Фірмові страви: особуко (тушковане м'ясо в овочах і вині), лимонний тарт. Італійські вина, алкогольні коктейлі. [23].

«Реберня» та «Кооператива молока» – майбутній гастрокомплекс від холдингу емоцій !Fest (вул. Шашкевича, 6). Відкриття «Реберні» заплановане на грудень 2025 року. Площа близько 1200 квадратних метрів, до 350 гостей. У меню планують фермерські молочні продукти: сніданки, супи, основні страви, десерти, морозиво та молочні коктейлі. Оновлення історичного «Молочного кафе» з сучасними гастрономічними тенденціями [24].

Курултай – заклад кримськотатарської кухні (вул. Незалежності, 15), відкритий у березні 2024 року. Мета – популяризувати культуру українського Криму. Над атмосферою працювали художники та майстри керамісти з Криму. Дерев'яні столи з традиційними розписами ручної роботи, національна музика. Автентична кримськотатарська їжа в адаптованій до сучасного міста подачі.

7. Демократична кухня та доступні формати. Якісна кухня за доступними цінами, швидке обслуговування, народна кухня.

Паб «Десятка» (вул. Шашкевича, 4) – один з найпопулярніших закладів міста, працює з 2006 року. Ресторан народної кухні в серці міста. Цінується за смачну кухню, щедрі порції, швидке обслуговування. Порції великі, вкусні, інтер'єр стильний. Затишна атмосфера та оригінальний інтер'єр. Бочкове пиво, алкогольні напої та різноманітні закуски. Смачні фірмові страви європейської кухні за доступними цінами. Банкетний зал до 25 осіб, доставка їжі. Страви української та європейської кухні, варіанти для вегетаріанців та веганів. Працює щодня з 11:00 до 22:00. №1 серед 125 ресторанів ІваноФранківська за рейтингом TripAdvisor. [25].

Фамілія – сімейний ресторан (вул. Незалежності, 31). Відомий заклад для гастрономічних насолод у центрі міста. Європейська, східна та українська кухня, приготовані з найсвіжіших інгредієнтів. Великий асортимент вишуканих вин, неперевершені десерти. Інтер'єр поєднує сучасні та класичні тенденції: світле дерево, спеціальні меблі, натуральний текстиль, живі букети польових квітів, ексклюзивні аксесуари ручної роботи. Відмінний заклад для організації банкетів, святкувань Днів народжень. Працює: пнпт з 8:30 до 23:00, сбнд 11:00 до 23:00. Безкоштовна доставка до 2 км від 400 грн. №3 серед 125 ресторанів ІваноФранківська за рейтингом TripAdvisor. [26].

8. Соціальна відповідальність та спільнотний підхід. Соціальне підприємництво, підтримка громадських ініціатив, створення культурних просторів.

Urban Space 100 – найяскравіший приклад соціального підприємництва в Україні. 80% чистого прибутку спрямовується на громадські проекти. Створений як результат громадської активності 100 інвесторів. Поєднує ресторан,

радіостудію, крамничку українських брендів, подієвий майданчик. Підтримує культурні ініціативи: фестивалі, конференції, мистецькі проєкти. Модель стала прикладом для інших міст України.

9. Етнокультурне різноманіття та регіональна ідентичність. Збереження та популяризація регіональних кулінарних традицій, автентичність.

Дім Мулярових – музей галицького побуту і кулінарії. Страви готуються за рецептами Стефи Мулярової 1909 року. Використання давньої тунельної печі. Заклад у будинку відомої кулінарки, збереження автентичних меблів і предметів побуту. Проведення екскурсій по будинку, різноманітні атракції і пригощання. Традиційний борщ, бограч, бануш, вареники з чорницею.

Курултай – представлення кримськотатарської культури. Популяризація культури українського Криму через гастрономію. Автентичний інтер'єр з участю кримських художників і керамістів.

У 2025 році ресторани ІваноФранківська активно впроваджують креативні концепції, адаптуючи глобальні тренди до локального контексту: фокус на сталості, культурній спадщині, ф'южнкухнях та громадських ініціативах. Місто, як хаб Західної України, поєднує гуцульські традиції з сучасним дизайном, інноваціями (наприклад, фудмаркетами) та соціальними проєктами. За даними TripAdvisor та локальних оглядів, понад 140 закладів, з акцентом на унікальні інтер'єри, локальні продукти та інтерактивність. Нижче – ключові практики з прикладами ресторанів у табл. 2.1.

Таблиця 2.1.

Практики креативних концепцій та ідей у сучасних ресторанах
ІваноФранківська

Практика	Опис	Приклади ресторанів в ІваноФранківську
Громадські та соціальні концепції	Ресторани як платформи для розвитку міста: прибуток на громадські проєкти, краудфандинг, інтеграція з локальними ініціативами.	Urban Space 100 (вул. Грушевського, 19): Перший в Україні громадський ресторан, заснований 100 меценатами; 80% прибутку на міські проєкти (освіта, культура); меню з локальних продуктів, відкрито з 6:00, з елементами радіостудії для подкастів.

Ф'южнкухня з локальними інгредієнтами	Поєднання української/гуцульської кухні з італійською чи азійською; акцент на органічні продукти з Карпат.	Fabbrica (вул. Вірменська, 1): Італійська кухня з українською сировиною — власний млин для пасти, неаполітанська піч; ф'южн як парогрильоване м'ясо з гуцульськими спеціями; частина мережі "23 ресторани"
Тематичні антикварні інтер'єри	Занурення в історію через декор: старовинні меблі, вишивка, антикваріат для емоційного досвіду.	Antique ShpyndeL (центр міста): Інтер'єр з унікальними антикварними предметами (годинники, замки, глиняний посуд); меню з традиційними українськими стравами в сучасній подачі; літня тераса в стилі гуцульської хати.
Фудмаркет та мультиконцепції	Комплексні простори з кількома кухнями, лабораторіями для експериментів та відкритою кухнею.	Foodoteka (при Промприлад.Реновація): Перший фудмаркет на заході України з 15 концепціями (від веганської до стрітфуду); фудлаб для шефів, акцент на zerowaste та сезонні продукти з регіону.
Сімейні та затишні формати з ф'южн	Гібридні меню (європейське + українське + орієнтальне) в інтер'єрах сучасного класицизму.	Familiya (центр міста): Сімейний ресторан з легким дизайном (дерев'яні перегородки, зелень); ф'южнстрави як вареники з азійськими соусами; ідеально для групових святкувань.
Традиційносучасна гастрономія	Оновлення гуцульських страв (бануш, дерунів) з сучасними техніками; фокус на здоров'я та локальність.	Barbos (центр міста): Ф'южн традиційної української кухні з конемпорарними елементами (наприклад, бануш з ферментованими добавками); затишна атмосфера для сімей чи друзів.
Панорамні тематичні панорами	Вид на місто чи Карпати з тематичним меню; інтеграція з туризмом. антикварний декор з елементами фортеці.	Legenda (вул. Галицька): Сучасна стейкхаус з панорамним видом; ф'южн локального м'яса з міжнародними соусами; антикварний декор з елементами фортеці.

*розроблено автором на основі

У 2025 році креативні ресторани Західної України акцентують на локальній спадщині, ф'южнкухнях та інноваціях, але з регіональними відмінностями: ІваноФранківськ – на соціальних проєктах і гуцульській традиції; Львів – на історичних темах і швидкому темпі відкриттів; Ужгород – на закарпатському фольклорі з гумором; Чернівці – на буковинському колориті з австроугорським шармом.

2.3. Креативні варіанти подачі та презентації страв у ресторанах ІваноФранківська

Нами з'ясовано, що ресторани ІваноФранківська активно експериментують з подачею страв, поєднуючи традиційну гуцульську кухню з молекулярними техніками, театральними елементами та локальними інгредієнтами. Це створює «вауефекти» для гостей: від приготування на очах до декору з карпатських грибів чи сиру.

Театральне приготування на очах. Гості спостерігають процес: паста в гігантському колі сиру чи стейки на відкритому вогні.

OMNIVORE: Паста готується в колі Grana Padano прямо за столом; чанахи за Параджановим з томлінням.

Fabbrica: Піца в неаполітанській печі з власного борошна; креативна паста з гуцульськими грибами (chanterelle). Молекулярна кухня та оригінальна подача. Використання сфер, пін, диму для трансформації традиційних страв.

Шеф Клуб: Авторські страви з молекулярними елементами (наприклад, гуцульські делікатеси в "хмарі" диму).

Corassini Grill & Wine: Гриль у хосперпечі з соусами на пару; устриці з авторським кремом.

Локальні інгредієнти в декорі. Страви прикрашені сезонними Карпатськими елементами: трави, квіти, гриби.

Ресторан «Надія»: Форель з карамелізованим апельсином та квітами з органічного саду; налисники під бузиновим сиропом.

Antique ShpyndeL: Вареники з вишитим декором на тарілці; салати з локальними травами.

Ф'южнпрезентація з регіональним акцентом. Традиційні страви в сучасному стилі: українські рецепти з азійськими чи італійськими елементами.

Restoratsiya Kukhnya: Галушки посполтавськи з рапанами з Одещини в молекулярній формі.

Familiya: Вареники з орієнтальними соусами на дерев'яних дошках з зеленню.

Еко та сезонна подача. Zerowaste: страви на дощечках з фермерських продуктів, з акцентом на візуальну гармонію.

Urban Space 100: Бургери та салати з локальних ферм на екотарілках; сніданки з ягодами в «пікнік»стилі.

Foodoteka: Сети з 15 кухонь у фудлабі, з ферментацією та сезонним декором.

Ці підходи роблять обід не просто їжею, а перформансом, з ростом на 20% креативних меню (за [Versii.if.ua](https://versii.if.ua)).

Висновки до розділу 2

ІваноФранківськ сформував унікальне гастрономічне обличчя, яке відрізняє його серед українських міст. Поєднання безпеки, комфорту, розвиненої освітньої та туристичної інфраструктури створює ідеальні умови для розвитку ресторанного бізнесу. Багата галицька кулінарна спадщина органічно інтегрується з сучасними інноваційними технологіями – від QRменю та безконтактних платежів до штучного інтелекту та віртуальної реальності.

Ресторани міста успішно відповідають на сучасні потреби гостей: персоналізацію, швидкість, якість продуктів, унікальний досвід, соціальну відповідальність. Креативні технології – відкриті кухні, авторські настоянки, власне виробництво, тематичні концепції – створюють особливу атмосферу. Дизайн інтер'єрів поєднує автентичність історичної спадщини з сучасними трендами, використання екоматеріалів, залучення провідних дизайнерів.

ІваноФранківськ доводить, що місто середнього розміру може стати гастрономічним центром завдяки збереженню кулінарних традицій, відкритості до інновацій, розумінню потреб сучасних гостей та готовності інвестувати в креативні рішення. Гастрономічна сцена міста продовжує динамічно розвиватися, приваблюючи як молодь і студентів, так і вимогливих гурманів, бізнесуристів та мандрівників з усього світу.

РОЗДІЛ 3.

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ КРЕАТИВНИХ НАПРЯМКІВ НА ПРИКЛАДІ РЕСТОРАНІВ ФІРМИ «НАДІЯ»

3.1. Напрями діяльності та роль креативних рішень у забезпеченні успіху роботи ресторанів Фірми «Надія»

Фірма «Надія» в ІваноФранківську представлена двома ключовими готельноресторанними комплексами: готель «Надія» з рестораном «Надія» та новіший Nadiya Palace з рестораном Omnivore. Діяльність ресторанів охоплює кілька стратегічних напрямків, що забезпечують їхню конкурентоспроможність на ринку.

Ресторани пропонують організацію весіль, корпоративів, банкетів, хрестин, випускних вечорів та інших урочистостей. Для цього створено чотири різні за стилем та місткістю зали (рис.3.1, 3.2, 3.3, 3.4): Національний (300 осіб), Європейський (100 осіб), Банкетний (35 осіб) та зал Миру (25 осіб). У новому готелі Nadiya Palace функціонує Дзеркальна зала на 60 місць (рис.3.5).



Рис.3.1. Зал «Миру»



Рис.3.2 Зал «Національний»



Рис. 3.3 «Зал Європейський»

Рис. 3.4. Зал «Банкетний»

Ресторанна гастрономія представлена регулярним меню з українською та ою кухнею, спеціальними сніданками у форматі "шведський стіл" щодня з 7:00 до 10:00, бізнесланчами та вечереми *à la carte*. Ресторан Omnivore працює з концепцією фермерських та натуральних продуктів для всіх, де меню включає чотири напрямки: овочі, риба, птиця та м'ясо.

Кейтеринг та доставка їжі дає можливість розширити клієнтську базу за межі ресторанних приміщень. Компанія надає послуги виїзного обслуговування на локаціях замовників.

Власне виробництво делікатесів стало унікальною конкурентною перевагою. Готель «Надія» — єдиний готель в Україні з власним крафтовим виробництвом кондитерських, кулінарних і м'ясних делікатесів. Продукція включає ковбаси за рецептами маси Олекси, кондитерські вироби від Кондитерського Дому «Надія», виключно з макарунами, а також варення, конфітюри та морозиво NADIYA GELATO.

Освітній напрямок реалізується через майстеркласи з європейського бренду, чайні церемонії, декорування тортів та кулінарні уроки для дітей. Обов'язково частиною є профорієнтаційна екскурсія підрозділами найкращого бізнесготелю Європи 3*.

Роздрібна торгівля здійснюється через мережу продуктових магазинів «Делікатес» з онлайнзамовленням та доставкою по Україні.

Креативні підходи та інновації у роботі ресторанів є передумовою успіху компанії.

Концептуальність інтер'єрних рішень створює ключову роль у створенні унікального досвіду. Національний зал за рахунок історичної спадщини з сучасністю через етнічний мінімалізм, гуцульську різьбу ручної роботи, унікальну вітражну тарілку, занесену до книги рекордів Гіннеса, та зимовий сад з рідкісними рослинами. Європейський зал оформлений у класичному стилі з сонячною атмосферою комфорту. Банкетний зал створює королівську атмосферу з французькими гобеленами та бронзовими люстрами з кристалами Swarovski.

Ресторан Omnivore демонструє креативний підхід до дизайну через поєднання історії та сучасності, створений Маргаритою Бойко та GAB ARCHITECTS. Особливим елементом став ведмідь з персидського килима роботи британської художниці Деббі Лоусон, який є талісманом закладу. Інтер'єр доповнюють величезні люстри з 232 ручними зібраними кульками, панорамні вікна, авторські квіткові картини Лариси Константинової та віденські стільці дизайну 1880 року.



Рис.3.5. Дзеркальна зала Omnivore



Рис.3.6. Sky Bar на даху готелю Nadiya Palace

Відкрита кухня як театральна вистава стала центральною інновацією Omnivore. Гості спостерігають за процесом приготування страв у великих вугільних печах Jospier та піцапечі Maretti Forni, звідки лінії аромату м'яса, овочів та свіжоспеченого хліба на фірмових заквасках. Особливу увагу привертає приготування пасти власного виробництва при гостях у 30кілограмовому колі витриманого сиру Grana Padano.

Використання власних органічних продуктів із саду в Карпатах підкреслює автентичність та екологічність. Овочі, фрукти, ягоди та квіти з власного органічного саду використовують для приготування страв авторського меню, варень, конфітурів та коктейлів. Це надає ресторанам унікальність та відповідає трендам здорового харчування.

Крафтове виробництво м'ясних делікатесів за старовинними рецептами маси Олексі Бойка (довгожителю, батька засновника компанії) створює емоційний зв'язок з традиціями Карпатського масарства. М'ясні делікатеси виробляються на

основі фермерського м'яса вищого сорту та натуральних спецій в унікальній австрійській камері «Шаллер». Лімітована серія крафтових сирокочених ковбас салями Коньячна з Hennessy VSOP стала гордістю виробництва.

Авторське меню з елементами storytelling надає глибину гастрономічного досвіду. Приклад – чанахи за рецептом відомого українського кінорежисера Сергія Параджанова, який проживав у готелі під час зйомок «Тіней забутих предків» у 1964 році. У ресторані Omnivore концепція «смаки розповідають історію» пронизує всю філософію закладу.

Креативні локації для подій розширюють можливості для святкувань. Sky Bar на даху готелю Nadiya Palace з панорамною терасою став одним із найвищих місць міста для відпочинку (рис.3.6). Весільний розпис на вежі "Вище тільки любов" з трьох годинників пропонує унікальний досвід для пари з неймовірним краєвидом у місті.

Кондитерські інновації від Кондитерського Дому «Надія» включають французькі макарони з десятьма унікальними смаками, торти за сучасними та бабусиними рецептами, великодні паски – багаторазові переможці конкурсів, та натуральне морозиво NADIYA GELATO. Особливістю є використання ягід та квітів із власного саду для створення неповторних смакових композицій.

Тематичні майстеркласи та освітні програми створюють додаткову цінність для клієнтів. Майстеркласи з бездоганного європейського етикету включають вишуканий обід із чотирьох страв та знайомство з правилами поведінки в ресторані, історією походження страв, цікавинками світової гастрономії та молекулярною кухнею. Королівська чайна церемонія в англійському стилі, творчі майстеркласи від кондитерів, майстерклас «Склади свій бургер» та приготування неаполітанської піци роблять заклад привабливим для сімейного відпочинку.

Petfriendly політика в Nadiya Palace та Omnivore відповідає сучасним тенденціям гостинності. Гості можуть відвідувати ресторан разом зі своїми тваринами, що розширює цільову аудиторію.

Літня тераса з грильменю створює відчуття заміського пікніка з loungeмузикою та стравами, приготованими на вогні в печі Хоспер. Дитячий майданчик з трав'яною галявиною та туями робить її сімейно орієнтованою.

Комплексні пакети послуг для подій демонструють системний підхід до обслуговування. Для весілля пропонується романтична ніч у номері Люкс Джуніор, знижки 50% на проживання для гостей, 15% на парфуми, 10% на послуги салону краси та спеціальні ціни на весільний торт і кендібар. Це створює екосистему послуг навколо основної події.

Диверсифікація брендів через створення різних концепцій (традиційний ресторан «Надія» та сучасний Omnivore) дозволяє охопити різні сегменти ринку.

Креативність стала фундаментом конкурентних переваг Фірни «Надія». Готель «Надія» тричі визнавався найкращим бізнесготелем Європи 3* за результатами міжнародної премії International Hospitality Awards (2016, 2018, 2021). Оцінка складалася з рейтингу на Booking.com і Trustyou.com, а також оцінювання незалежного експертного журналу з 18 експертів сфери гостинності з усієї планети.

Креативні рішення забезпечують емоційний зв'язок з клієнтами. Використання історій (Параджанов, масар Олекса, історія готелю), автентичних рецептів та локальних продуктів створює унікальну ідентичність бренду, який неможливо скопіювати.

Багатоканальність доходів через ресторани, кейтеринг, виробництво делікатесів, роздрібну торгівлю, майстеркласи та івенти забезпечує фінансову стабільність та стійкість бізнесу.

Інноваційність у форматах (відкрита кухня, Sky Bar, весільний розпис на вежі) створює інфоприводи та сприяє органічному просуванню через соціальні мережі та сарафанне радіо.

Акцент на локальності та автентичності відповідає глобальним трендам гастротуризму та підтримки місцевих виробників, що робить заклади привабливими як для туристів, так і для місцевих мешканців.

Системний підхід до послуги через навчання персоналу, профорієнтаційні екскурсії та підтримку високих стандартів обслуговування забезпечує стабільно високі рейтинги та лояльність клієнтів.

Генеральний директор фірми «Надія» Маргарита Бойко підкреслює: «Ми любимо те, що робимо, і те, що робимо, ми робимо з любов'ю до наших гостей». Ця філософія, підкріплена креативними рішеннями та інноваційними підходами, забезпечує стабільний успіх ресторанів Фірми «Надія» на висококонкурентному ринку гостинності ІваноФранківська

Ресторан Omnivore у готелі Nadiya Palace розробив унікальну організацію гастрономічних вечорів, яка поєднує високу кухню, оповідальність, театральність та освітню складову. Шефкухар Іван Данилюк створює авторські дегустаційні меню, які розкривають певну тематику або концепцію через послідовність страв.

Гастровечеря «Кухня династії Габсбургів» стала яскравим прикладом поєднання гастрономії з історичною спадщиною. Концепція вечору була заснована на історії самого готелю, побудованого в 1914 році під назвою «Готель Австрія» за час АвстроУгорської імперії.

Креативний підхід полягав у створеному комплексному досвіді: гості не просто приходили на вечір, а починали з екскурсії готелем NADIYA PALACE, де їм розповідали про історію будівлі, секрецію époque та зв'язок з династією Габсбургів. Після історичного занурення відбулася власна дегустація страв, приготованих за рецептами та в стилі австроугорської придворної кухні.

Такий підхід створює емоційний зв'язок між своєю архітектурою, історією міста та гастрономією, перетворюючи вечір на культурноосвітню подію. Популярність заходу була настільки високою, що гастровечір довелося повторювати за численними проханнями гостей.

Гастровечеря «Смак кохання» до Дня Валентина демонструє креативність у створенні романтичної атмосфери через меню та сервіс. Шефкухар Іван Данилюк розробив спеціальне п'ятистравне меню, де кожна страва символізувала певний етап кохання:

Привітальний келих ігристого вина як легкий старт для вечора кохання

Салат із карамелізованої качиної грудки та груші

Паштет з кролика

Філе сібаса на картопляному ризотто з білим вином і пармезаном

Медальйон з устричним соусом

Шоколадний мус з малиновим кюлі як "солодка феєрія, яка завершить вечір ноткою пристрасті"

Креативність полягала у використанні гастрономічної символіки та романтичних сетів від DJ KRIS, що створювало цілесну атмосферу для пари. Вартість вечора становила 2800 грн за особу, що включало повне дегустаційне меню та музичний супровід.

Тематичний вечір SUMMER MIX на висоті Sky Bar 22 червня продемонстрував креативний підхід до використання унікальної локації готелю. Дегустаційна вечірка проводилася на даху з панорамним краєвидом на ІваноФранківськ, що додавало візуальний вимір гастрономічного досвіду.

Меню включало спеціальні літні страви, серед яких паштет із печінці кролика з гарбузовою глазур'ю на хрусткому бріюші. Шефкухар розкривав рецепти та приладдя приготування разом перед, що створювало інтерактивність та освітню складову.

Вартість участі склала 880 грн, що зробило формат доступним для ширшої аудиторії. Поєднання висоти локації, сезонного меню та живої музики від DJ KRIS створювало незабутню атмосферу літнього вечора.

3.2. Креативні підходи фуддизайну і фудстайлінгу в ресторанах Фірни «Надія»

Фірма «Надія» в ІваноФранківську розробила комплексну систему фуддизайну та фудстайлінгу, яка охоплює всі аспекти візуальної презентації страв – від концептуальної подачі в ресторанах до кондитерських шедеврів власного виробництва. Креативні рішення базуються на поєднанні традиційних карпатських мотивів, сучасних трендів haute cuisine та театральності подачі.

Концепція відкритої кухні як фудшоу

Театралізація процесу приготування стала ключовим елементом фуддизайну в ресторані Omnivore. Відкрита кухня з великими вугільними печами Jospet та піцапіччу Maretti Forni перетворює процес приготування на візуальну виставу, де гості стоять глядачами кулінарного театру.

«Паста в 30кілограмовому колі Grana Padano» – найяскравіший приклад інтерактивного фуддизайну. Шефкухар готує свіжоприготовлену пасту власного виробництва в гігантському колі витриманого італійського сиру при гостях. Візуальний ефект створюється через:

Імпозантність самого 30кілограмового сірого кола з сироварної П'ємонту, категорії Riserva (підтримка понад 9 місяців)

Динаміку перемішування пасти в сирі, коли вона покривається вершковою сирною плівкою

Аромати, що поширюються по залу

Можливість гостей спостерігати весь процес з різних кутів зали

Така подача створює не просто страву, а гастрономічну подію з фото та відеопотенціалом, що сприяє органічному просуванню ресторану через соціальні мережі.

Креативна подача з елементами сюрпризу

«Яйце, яке нікого не забуде» – концептуальна подача від шефкухара Івана Данилюка. Копчена бурата у тонкій оболонці, що нагадує яйце, створює інтригу та елемент здивування. Фуддизайн базується на готелі з гостями – "Вгадайте, що в середовищі?". Така презентація стимулює емоційний відгук, фотографування та соціальне поширення.

Палачні вареники з вишнями та амаретто демонструють креативність у поєднанні традиційної української страви з сучасною театральною подачею. Елемент вогню надає драматизму та створює ефект «вау», перетворюючи звичайний десерт на незабутнє шоу.

Палаюча підкова на щастя – десерт у формі підкови з шоколадносолонною карамеллю, що подається з вогняним ефектом. Символізм підкови як талісману щастя поєднатися з драматичною подачею через фламбування, що створює

емоційний зв'язок зі святом та запам'ятовується.

Фудстайлінг із золотими акцентами

Використання золотої пудри та кандурину стало фірмовою рисою презентації страв у ресторані «Надія». Тартар з лососем з авокадо та ікрою подається під золоту пудрою ("Amber Gallop"), що надає страві розкішного вигляду та підкреслює преміальність.

Золоті акценти використані не лише в стравах, а й у загальній концепції готелю – куполи вежі покриті сусальним золотом з мальвами як символом безкінечності. Це створює візуальну цілість бренду від архітектури до подачі страв.

Комбінування текстур і кольорових контрастів

Шаруватість і багатокомпонентність характеризують фудстайлінг у ресторані Omnivore. Медальйони з устричним соусом додаються з контрастними гарнірами, де кожен елемент має власну текстуру та колір:

Медальйони з винним соусом з перцю та граната (темний, глянцевий)

Вогняний гарнір "Ash Garden" – овочігриль у солі з ароматом диму, медовоімбірною глазур'ю та картопляним гратеном (золотистокоричневий з чорними акцентами)

Філе дикої качки з грушевим соусом деміглас, райськими яблучками та морквяноселеровим пюре (бордовий, помаранчевий, білий)

Така кольорова палітра робить шкірну страву візуально багатою та фотогенічною, що важливо в епоху Instagramкультури.

Етнічний фуддизайн із карпатськими мотивами

Національний зал демонструє унікальний підхід до інтеграції етнічних елементів у фудпрезентацію. Дерев'яна гуцульська різьба, унікальна писанка, вишиті ручники та кераміка з містичними візерунками створюють контекст для подачі традиційних галицьких страв:

"Юшка з карпатських білих грибів" подається в керамічний посуд з гуцульськими орнаментами

"Фірмові налісники під бузиновим сиропом" презентуються з акцентом на автентичність рецептури.

"Гірська форель смажена з карамелізованим апельсином" по складу локального продукту з сучасною подачею

Крафтові м'ясні делікатеси від масару Олекси виставляються на дерев'яних дошках з натуральними елементами декору (гілочки розмарину, ягоди з власного саду), що підкреслює хендмейдхарактер виробництва.

Мистецтво футстайлінгу Кондитерського Дому «Надія»

Дизайнерські торти від Кондитерського Дому «Надія» демонструють найвищий рівень візуальної творчості. Концепція виникає у створенні тортів, які є не просто десертами, а їстівними скульптурами :

Весільні торти виготовляються з натуральної високоякісної сировини та оформляються відповідно до індивідуальної концепції пари. Багатоповерхові конструкції, сучасне оздоблення, робота з мастикою, айсингом та живими квітами з власного органічного саду створюють унікальні візуальні композиції.

Торти в розрізі – окремий напрямок фуддизайну, де увага приділяється не тільки зовнішньому оформленню, а й внутрішній структурі. Шари різних кольорів, текстур та способів створюють візуальну драму при розрізанні торта.

Бентотортики – мініатюрні торти в стилі японських бентобоксів, що стали трендом сучасного кондитерського дизайну. Компактні, естетично оформлені, вони ідеальні для персоналізованих подарунків та фотосесій.

Макаруни як витвір мистецтва

Французькі макаруни від Кондитерського Дому «Надія» – приклад ювелірної роботи у футстайлінгу. Кожен макарун – це з'єднання кольорів, форми та текстури:

Десяти унікальних смаків з відповідною кольоровою гамою (полуницяшампанське – рожевий, ваніль – білий, апельсинкарамель – помаранчевий, лимон – жовтий, маракуйяперсик – жовторожевий тощо)

Ідеальна форма – гладенька поверхня з характерною «спідничкою»

Декоративне оформлення – макаруни упаковуються в естетичні коробки, де кожна коробочка стає палітрою кольорів

Макаруни використовують не лише як десерт, а й як декоративний елемент candybar'ів, весільних столів та святкових композицій.

Авторські соуси і начинки як елемент дизайну

Власне виробництво соусів дозволяє контролювати лише смак, а й візуальну презентацію страв. У меню Omnivore представлені соуси власного виробництва різних кольорів та текстур:

Устричний соус (перламутровий, глянцевий)

Грушевий соус деміглас (темнокоричневий, тягучий)

Винний соус з перцю та граната (бордовочервоний з зернами)

Гарбузова глазур на паті з хворобою кролика (яскравопомаранчева)

Кожен соус не просто доповнює страву смаково, а створює колірний акцент і візуальну динаміку на тарілці.

Варення і конфітюри з ягід та квітів з власного органічного саду надають унікальність сніданкам та десертам. Прозорі баночки з різнокольоровими джемами (бузина, троянда, малина, чорниця) створюють візуальний ряд на столі "шведського столу".

Плейтинг (компонування на тарілці)

Техніка острівної подачі використовується для страв у ресторані Omnivore. Основний елемент (м'ясо, риба) розміщується в центрі, навколо створені "острівці" з гарнірів, соусів та декоративних елементів:

Філе сибаса на картопляному ризотті з білим вином і пармезаном – риба розміщується вертикально, спираючись на подушку з ризотто.

Салат з телятиною пастромі, кіно та яйцем пашот – багат шаровість по вертикалі створює об'єм.

Асорті сала з різних куточків України – горизонтальна композиція з великими видами сала, розділеними овочевими елементами.

«Тарілка від Олекси» (260 г за 500 грн) – преміальна подача крафтових делікатесів маси, де кожен вид м'ясного виробу має власне місце, доповнене корнішонами, горчицею та хрусткими елементами.

Використання органічних елементів декору

Квіти та ягоди з власного саду стали фірмовим елементом футстайлінгу в ресторанах «Надія». Їстівні квіти (мальви, бузини, троянди) використовують для:

Декорування десертів та тортів

Прикрашання коктейлів та лимонадів

Акцентів у салатах та холодних закусках

Створення кендібару композицій

Така практика підкреслює екологічність, сезонність та зв'язок з природою Карпат, що є важливою частиною філософії бренду.

Сезонні акценти в оформленні страв

Осіньне меню в ресторані «Надія» демонструє сезонний підхід до фуддизайну. Солодкі равіолі з гарбузовоапельсиною начинкою оформляються з акцентом на теплі осінні кольори – помаранчевий, золотистий, коричневий. Додані елементи осіннього декору (листя, гарбузові настоянки).

Новорічні корпоративи мають власну стилістику оформлення з використанням червонозолотої гами, ялинкових елементів та святкової символіки.

Сервірування та презентація столу

Європейська класика сервірування по компенсуватися з українськими етнічними елементами. Майстеркласи з європейського етикету включають:

Правильне розташування столових приладів

Використання різних типів тарілок для різних страв

Декорування столу текстильними елементами (вишіті серветки, скатертини)

Квіткові композиції з власного саду

Сніданок "шведський стіл" оформлюється як гастрономічна інсталяція. Різноманіття страв виставляється за принципом кольорової гармонії та високої динаміки – високі елементи (вази з фруктами) відбуваються з низькими (тарілки зі сірами та ковбасами), створюючи видимо цікавий ландшафт.

Фотогенічність як критерій дизайну

Всі страви в ресторанах «Надія» розробляються з урахуванням Instagramестетики. Критерії фотогенічності:

Контрастність кольорів (темнесвітле, холоднотепле)

Вертикальні акценти (штейки на сріблі, бургери у висоту)

Елементи руху (суси, що стікають; дим від гриля)

Несподівані з'єднання (паста в сирі, вареники у вогні)

Символічні форми (підкова, яйце)

Кожна страва створюється як ефективний контент для соціальної мережі, що забезпечує безкоштовне просування через публікацію гостей.

Кендібар як окреме мистецтво

Candy bar на весіллях та корпоративах від Кондитерського Дому «Надія» – це комплексна композиція з десертів, оформлена за єдиною концепцією. Елементи кендібару:

Багатоповерхові стенди з капкейками, макарунами, кейкпопсами

Центральний елемент – весільний торт як кульмінація композиції

Колірна гама, підібрана під загальну стилістику свята

Декоративні елементи (квіти, стрічки, персоналізовані топпери)

Баночки з цукерками, зефіром, без різних кольорів

Кендібар стає фотозоною на свято, що робить його цінністю як елемент eventдизайну.

Інновації в подачі традиційних страв

Ревізія класичних страв через призму сучасного фуддизайну – стратегія ресторану «Надія». Традиційна українська кухня з гуцульським акцентом представлена з використанням сучасної техніки плейтингу:

Деруни подають вежею з прошарками сметани та зеленої цибулі

Банаш оформляється в керамічному горщику зі шматочками бринзи цвітної та грибною підливою збоку.

Голубці презентуються не купою, а акуратно викладеними з соусом, нанесеними декоративними мазками.

Така модернізація дозволяє зберегти автентичність смаку, але надати страві сучасний вигляд, привабливий для молодшої аудиторії.

Персоналізація і кастомізація

Індивідуальний підхід до оформлення – ключова перевага Кондитерського Дому «Надія». Торти створюються за ескізами клієнтів, втілюючи їх найсмішніші ідеї – від фотодруку до складних мастикових скульптур.

Персоналізовані написи та декор роблять кожен десерт унікальним. Імена, дати, побажання, логотипи компанії для корпоративних тортів – все це виконується з ювелірною точністю.

Креативні підходи фуддизайну та фудстайлінгу в ресторанах Фірми «Надія» демонструють глибоке розуміння сучасних трендів гастрономічної візуалізації, поєднане з використанням локальних традицій та автентичності. Кожна страва, кожен десерт створений як витвір мистецтва, що має не лише смакові, а й естетичні, емоційні та соціальні виміри.

3.3. Вплив креативності та дизайну на лояльність клієнтів

Креативність та дизайн у ресторанному бізнесі виконують роль стратегічних інструментів формування довгострокових відносин з клієнтами. Дослідження підтверджують, що інноваційні підходи створюють емоційний зв'язок із брендом, що є фундаментом клієнтської лояльності.

Креативні рішення, фуддизайн, фудстайлінг це дуже актуальна та комплексна тема дослідження, адже сучасний ресторанний бізнес перейшов зі сфери простого задоволення голоду в сферу економіки вражень. Сьогодні гість платить не лише за калорії, а й за емоцію, історію та естетичне задоволення [61].

Нестандартні рішення викликають сильні емоції (здивування, захват, ностальгію), які фіксуються в пам'яті набагато краще, ніж просто «смачна їжа».

Імідж ресторану охоплює всі аспекти його візуальної та емоційної привабливості, а також сприйняття його цінностей та філософії. Це складний сукупний образ, який створюється завдяки численним чинникам і безпосередньо впливає на враження гостей та їхню готовність повертатися знову.

Дизайн інтер'єру відіграє ключову роль у створенні першого враження. Кольори, матеріали, меблі та освітлення створюють атмосферу і впливають на емоційну реакцію гостей. Стильний та затишний інтер'єр може зацікавити та

створити позитивне перше враження, яке визначає загальний настрій та бажання повернутися ще раз [53].

Дослідження з психології споживача показують, що перше враження при переступанні порогу закладу може визначити всю подальшу поведінку клієнта. Ресторан з розкішним декором приваблює клієнтів, які шукають розкіш та комфорт, тоді як кафе в стилі лофт може привернути творчу молодь [53].

Інтер'єр визначає атмосферу закладу та має відповідати концепції та цільовій аудиторії. Кожен дизайнерський елемент — колірна гамма, меблі, освітлення — має служити створенню особливого настрою, який підсилює враження від споживання їжі та напоїв [53].

Фірмовий стиль є потужним інструментом для вираження бренду та створення унікальності закладу. Кожна деталь — від декору до вибору кольорів — повинна відображати ідентичність бізнесу. Це допомагає відрізнитися від конкурентів та створити власний неповторний стиль.

Розвиток фірмового стилю характеризується акцентом на деталях, екологічності та створенні унікального клієнтського досвіду. Дизайнери та власники закладів активно використовують елементи української культури, такі як орнаменти, традиційні матеріали (дерево, глина), що дозволяє створювати емоційний зв'язок із клієнтами.

Вибір кольорової гами й елементів декору створює атмосферу домашнього затишку. Використання дерев'яних меблів, м'якого освітлення та натуральних матеріалів забезпечує зручність і ефективність роботи.

Візуальна презентація страв має вирішальне значення для залучення інтересу та утримання клієнтів. Включення високоякісних зображень для візуальної привабливості стало стандартом сучасного меню. Платформи дозволяють демонструвати візуальну привабливість страв, створювати емоційний зв'язок через stories, залучати аудиторію через інтерактивні елементи [54].

Фуддизайн (Food Design) — це про функціональність та зміст їжі, а не тільки про її вигляд. Це проектування їстівних об'єктів з урахуванням ергономіки, текстури та способу споживання [59].

Це комплексна та захоплива тема, адже сучасний ресторанний бізнес перейшов зі сфери простого задоволення голоду в сферу економіки вражень. Сьогодні гість платить не лише за калорії, а й за емоцію, історію та естетичне задоволення.

Нижче наведено детальний аналіз впливу креативності, фуддизайну та стайлінгу на формування лояльності клієнтів.

1. Креативність як фундамент конкурентної переваги

Креативність у ресторані — це не лише дивні назви страв. Це стратегічний інструмент диференціації. У світі, де пропозиція часто перевищує попит, креативність стає основним драйвером вибору.

Креативність дозволяє створити ринкову нішу без конкурентів.

Люди повертаються туди, де їм розповіли цікаву історію (через інтер'єр, легенду закладу чи подачу).

Нестандартні рішення викликають сильні емоції (здивування, захват, ностальгію), які фіксуються в пам'яті набагато краще, ніж просто «смачна їжа».

Отже, вплив фуддизайну на лояльність клієнтів проявляється наступним чином:

- Використання молекулярної кухні, їстівних упаковок або зміна агрегатного стану знайомих продуктів (наприклад, борщ у вигляді сфери) створює унікальний досвід, який неможливо відтворити вдома. Це змушує гостя повертатися.

- Фуддизайн враховує звук (хрускіт), тактильні відчуття та аромат. Дослідження гастрофізики доводять, що важкі прибори або певна форма посуду можуть покращити сприйняття смаку, підвищуючи загальну задоволеність [60].

- Якщо страву зручно їсти (вона не розвалюється, соус не тече на одяг), це підсвідомо підвищує комфорт гостя і його бажання повернутися.

Фудстайлінг — це мистецтво візуальної подачі. Це те, як страва виглядає на тарілці та на фото. У цифрову епоху це один з найпотужніших маркетингових інструментів. Сучасний гість спочатку «їсть очима», потім фотографує, і лише потім куштує.

Естетична подача стимулює гостей ділитися фото в соціальних мережах (User

Generated Content). Це безкоштовна реклама, яка працює на довірі (друзі довіряють друзям). Красиво оформлена страва виглядає дорожчою. Гість відчуває, що отримує більше за свої гроші, що підвищує задоволеність співвідношенням "ціна/якість". Візуальна привабливість (яскраві кольори, свіжість, текстура) посиляє сигнал мозку, що їжа буде смачною ще до першого шматка. Це називається візуальним праймінгом.

Використання цікавого контенту – фото страв, відео з приготування, історії про походження інгредієнтів – допомагає формувати позитивний імідж та залучати нових клієнтів. Важливо активно взаємодіяти з аудиторією, відповідаючи на коментарі та запити, що створює відчуття близькості та залученості.

Фотографії клієнтів з продуктом ресторану, опубліковані на сторінці з мітками та хештегами, створюють віральний контент. Це корисні добірки, цікаві відеоролики, картки-інструкції та інший контент, яким користувачі діляться на своїх сторінках.

Experiential dining є основою лояльності. Experiential dining (досвідний досвід) більше не є опціональним – австралійські та глобальні відвідувачі все більше очікують immersive, запам'ятовувані досвіди під час відвідування ресторанів. Сенсорне залучення, театральний сервіс та персоналізація є провідними трендами [52].

Сучасні відвідувачі очікують більше, ніж просто гарну їжу та ефективний сервіс – вони шукають історію, атмосферу та момент, яким варто поділитися. Дослідження OpenTable показали, що 74% австралійців більш схильні повернутися до ресторану, який пропонує унікальний або запам'ятовуваний досвід. Ця цифра зростає серед Gen Z та мілленіалів, які розглядають відвідування ресторанів як розвагу та самовираження [52].

Різні тематичні заходи та програми для ресторану здатні регулярно стимулювати інтерес аудиторії. День народження закладу, 8 Березня, Новий рік — будьяке свято можна цікаво обіграти, прикрасити помешкання, посвятковому одягнути персонал, запросити професійного фотографа, провести оригінальні тематичні конкурси [56].

Залучення передплатників до внутрішньої кухні робить їх учасниками розвитку закладу. Можливість обрати дизайн меню з кількох варіантів, запропонувати ідеї щодо проведення заходу, проголосувати за страви, які потрібно додати до меню, створює причетність. Передплатники, які стають причетними до розвитку закладу, починають любити його ще сильніше.

Майстеркласи залучають безліч людей, багато з яких не були клієнтами раніше, але можуть стати ними. Запрошення гостей на майстерклас із заварювання кави в турці, приготування оригінальних коктейлів або навіть створення унікальних елементів декору з підручних матеріалів створює додаткову цінність.

Дайте гостям ВАУефект, запам'ятайтесь. Будьте тими, кого рекомендують друзям [56].

Щоразу, коли відвідувач ресторану отримує більше, ніж очікує, для нього це стає ВАУефектом. Це може бути будьщо – вітальний напій, іменна дисконтна карта, спеціальне сервірування столу або пропозиція безкоштовно скористатися VIPстоликом замість звичайного.

Креативність у ресторані – це не лише дивні назви страв. Це стратегічний інструмент диференціації. У світі, де пропозиція часто перевищує попит, креативність стає основним драйвером вибору. Люди повертаються туди, де їм розповіли цікаву історію (через інтер'єр, легенду закладу чи подачу).

Висновки до розділу 3

Комплексне дослідження діяльності ресторанів Фірми «Надія» демонструє, що креативність і дизайн є не декоративними елементами, а стратегічними інструментами забезпечення конкурентоспроможності та формування клієнтської лояльності на висококонкурентному ринку гостинності Івано-Франківська.

Фірма «Надія» створила диверсифіковану бізнес-модель, яка охоплює ресторанну діяльність, кейтеринг, власне виробництво делікатесів, роздрібну торгівлю та освітні програми. Така багатоканальність доходів забезпечує фінансову стабільність і дозволяє обслуговувати різні сегменти ринку.

Готель «Надія» тричі (2016, 2018, 2021) визнавався найкращим бізнес-готелем Європи 3* за результатами International Hospitality Awards, що підтверджує ефективність креативних підходів на міжнародному рівні.

Кожен зал має унікальну ідентичність: Національний із гуцульською різьбою та унікальною вітражною тарілкою з Книги рекордів Гіннеса, Європейський у класичному стилі, Банкетний з французькими гобеленами та кристалами Swarovski. Ресторан Omnivore поєднує історію 1914 року з сучасним дизайном від GAB ARCHITECTS.

Використання продуктів з власного органічного саду в Карпатах, крафтові делікатеси за рецептами масара Олекси, інтеграція українських традицій створюють унікальну ідентичність бренду, яку неможливо скопіювати.

Інноваційні формати. Sky Bar на даху, весільний розпис на вежі "Вище тільки любов", відкрита кухня з театральним приготуванням страв, pet-friendly політика — ці рішення створюють інфоприводи для органічного просування через соціальні мережі.

Театралізація приготування страв створюють гастрономічну подію з високим фото- та відеопотенціалом. У епоху Instagram-культури візуально привабливі страви стають безкоштовною рекламою через публікації гостей. Страви з історіями (чанахи за рецептом Параджанова, делікатеси масара-довгожителів) створюють емоційний наратив, що підсилює запам'ятовуваність бренду.

Використання золотої пудри для преміальності, багатокомпонентні композиції з контрастними текстурами та кольорами, технік острівного плейтингу демонструють професіоналізм і відповідають стандартам haute cuisine.

Тематичні гастровечері («Кухня династії Габсбургів», «Смак кохання», SUMMER MIX) поєднують гастрономію, освіту та розваги. Креативний підхід полягає в комплексності досвіду: історична екскурсія перед вечерею, авторське меню з символічними назвами, музичний супровід від DJ, інтерактивні елементи (шеф розкриває рецепти при гостях). Такі заходи створюють емоційну причетність і перетворюють гостей на амбасадорів бренду.

Досвід Фірми «Надія» демонструє, що креативність у ресторанному бізнесі —

це вимірювана інвестиція, а не витрата. Успішна модель базується на чотирьох стовпах:

- креативність — постійні інновації в дизайні, меню, форматах подій
- консистентність — однакова якість при кожному візиті
- контент — активна присутність у соцмережах і комунікація
- клієнтоцентричність — персоналізація, програми лояльності, уважність до деталей.

Такий підхід дозволяє не просто утримувати клієнтів, а формувати спільноту лояльних прихильників бренду, які самі стають каналами просування через сарафанне радіо та органічний контент у соціальних мережах.

Креативні рішення у фуд-дизайні, фудстайлінгу, організації гасгровечерь та формуванні унікальної атмосфери закладів безпосередньо впливають на ключові бізнес-показники: частоту візитів, середній чек, утримання клієнтів і lifetime value. На прикладі Фірни «Надія» доведено, що той, хто креативніший – той виграє на сучасному ринку гостинності, де гості платять не лише за калорії, а за емоції, історію та естетичне задоволення.

ВИСНОВКИ

Актуальність теми дослідження обумовлена тим, що:

- сучасний ресторанний бізнес переходить від простого задоволення голоду до економіки вражень;
- креативність стає головним драйвером конкурентоспроможності в умовах високої конкуренції;
- візуальна привабливість страв у епоху Instagram безпосередньо впливає на маркетинг закладів;
- локальний контекст Івано-Франківська дозволяє вивчити інтеграцію регіональних традицій з глобальними трендами;
- дослідження вимірюваного впливу креативності на бізнес-показники має практичну цінність для галузі.

У дипломній магістерській роботі вирішено актуальне науково-прикладне завдання щодо обґрунтування впливу креативних ідей, інноваційних технологій та кулінарного дизайну на конкурентоспроможність закладів ресторанного господарства та формування лояльності клієнтів.

На основі проведеного дослідження зроблено такі висновки:

1. З'ясовано, що в умовах становлення економіки вражень та реалізації європейських програм (зокрема, «Креативна Європа»), креативність трансформувалася з суто мистецької категорії в основне джерело економічної цінності. Для ресторанного бізнесу це стратегічний ресурс, який дозволяє адаптуватися до глобалізації, змін споживчих уподобань та кризових явищ. Доведено, що інновації є необхідним інструментом для ефективного управління ресурсами, зниження витрат та підвищення рентабельності.
2. Узагальнено, що інновації в галузі охоплюють широкий спектр напрямів: від продуктових (молекулярна кухня, унікальні меню) та процесових (роботизація, AI, вертикальні ферми) до маркетингових (AR/VR меню, біометричні платежі) та організаційних (ghost kitchen, pop-up, мультиконцепти). Встановлено прямий зв'язок між рівнем впровадження

технологій та операційною ефективністю закладу.

3. Визначено, що в епоху цифровізації візуальна складова страви стає критично важливою. Феномен соціальних мереж змінив модель споживання: візуальна привабливість (Instagrammability) виступає каталізатором поширення інформації про заклад (UGC — контент, створений користувачами). Фуд-дизайн розглядається не лише як естетика, а як комплексний підхід, що включає ергономіку, стійкий розвиток (мінімізація відходів) та мультисенсорний досвід.
4. Дослідження ресторанного ринку м. Івано-Франківськ показало, що місто сформувало імідж гастрономічного центру регіону. Конкурентна перевага місцевих закладів базується на синергії автентичної галицької спадщини та сучасних інновацій (QR-меню, еко-тренди, відкриті кухні). Висока конкуренція стимулює рестораторів до постійного пошуку унікальних концепцій та підвищення стандартів сервісу.
5. На прикладі фірми «Надія» доведено ефективність інтеграції креативних рішень у бізнес-модель. Основними драйверами успіху є: диверсифікація: поєднання готелю, ресторанів, власного виробництва та саду; енікальність локацій: наявність залів з історичною цінністю (вітражі, гобелени) та сучасних просторів (Sky Bar, Omnivore); продуктова стратегія: використання органічних продуктів з власного саду та відновлення старовинних рецептур; подієвий маркетинг: проведення тематичних гастровечер з елементами театралізації та едьютейнменту.
6. Встановлено, що креативні підходи у фуд-стайлінгу та дизайні безпосередньо корелюють із показниками лояльності. Емоційний досвід, отриманий гостем (через «вау-ефект» від подачі, сторітелінг страви чи атмосферу), сприяє повторним візитам та рекомендаціям.
7. Підсумовано, що забезпечення сталого розвитку та лояльності клієнтів у сучасному ресторанному бізнесі базується на моделі «4К»: креативність (інновації), консистентність (стабільна якість), контент (комунікація) та клієнтоцентричність. Ті заклади, які інвестують у створення емоцій та

естетичного задоволення, отримують суттєві конкурентні переваги на ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 10 способів впроваджувати інновації та адаптуватися до ринкових тенденцій у ресторанній індустрії. URL: <https://tastyigniter.com/blog/10-ways-to-innovate-and-adapt-to-market-trends-in-the-restaurant-industry> (дата звернення: 24.11.2025).
2. Антикварня «ШпиндеL'» : профіль закладу. URL: <https://list.in.ua/> (дата звернення: 24.11.2025).
3. Банкетне меню готелю «Надія». URL: <https://www.nadiyahotel.com/banquet-menu> (дата звернення: 24.11.2025).
4. Важливість інтер'єру для кафе та ресторанів: створення атмосфери та залучення клієнтів. URL: <https://zlato.kr.ua/2024/01/26/vazhlivist-intereru-dlya-kafe-ta-restoraniv-stvorenniya-atmosferi-ta-zaluchennya-klientiv/> (дата звернення: 24.11.2025).
5. Весільний пакет : офіційний сайт готелю «Надія». URL: <https://www.nadiyahotel.com/special/vesilnyi-paket> (дата звернення: 24.11.2025).
6. Вищі навчальні заклади Івано-Франківська : каталог ВНЗ. URL: <https://info-ua.net/higher-educational-institutions-frank/> (дата звернення: 24.11.2025).
7. Дворик італійської родини: новий ресторан SAPORI у серці Івано-Франківська. URL: <https://galka.if.ua/dvoryk-italiyskoi-rodyny-novyy-restoran-sapori-u-sertsii-ivano-frankivska-foto/> (дата звернення: 24.11.2025).
8. Де смачно поїсти в Івано-Франківську – Гастрономічна мандрівка. URL: <https://karpatium.com.ua/blog/de-smachno-pojisty-w-iwano-frankiwsku-gastronomichna-mandriwka> (дата звернення: 24.11.2025).
9. Зал «Європейський» : офіційний сайт готелю «Надія». URL: <https://www.nadiyahotel.com/restaurants/zal-yevropeiskyi> (дата звернення: 24.11.2025).
10. Зал «Національний» : офіційний сайт готелю «Надія». URL: <https://www.nadiyahotel.com/restaurants/zal-natsionalnyi> (дата звернення: 24.11.2025).

- 11.Івано-Франківськ – розквітаюче, безпечне та комфортне місто для життя.
URL: <https://galka.if.ua/ivano-frankivsk-rozkvitauiuche-bezpechne-ta-komfortne-misto-dlia-zhyttia-reytynh/> (дата звернення: 24.11.2025).
- 12.Івано-Франківська обласна державна адміністрація : офіційний вебсайт.
URL: <https://www.if.gov.ua/> (дата звернення: 24.11.2025).
- 13.Каталог закладів Івано-Франківська List.in.ua. URL: <https://list.in.ua/> (дата звернення: 24.11.2025).
- 14.Комарніцький І., Скіданов А., Цикалюк Р. Синергія креативних просторів і стратегічного управління в розвитку підприємств індустрії гостинності. Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації. 2025. Т. 8, № 1. С. 123–131.
URL: <http://restaurant-hotel.knukim.edu.ua/> (дата звернення: 24.11.2025).
- 15.Кондитерський дім «Надія» : офіційний сайт.
URL: <https://delikates.ua/kondyter> (дата звернення: 24.11.2025).
- 16.Креативні ресторани України | Топ 5 незвичайних дизайнів.
URL: <https://jisty.com.ua/kreatyvni-restorany-ukrayiny-top-5-nezvychnyh-dyzajniv/> (дата звернення: 24.11.2025).
- 17.Лісений Є. В., Дешко Д. М. Інтернет-брендинг як інструмент розвитку сучасного підприємництва. Економіка і суспільство. 2021. Вип. 34.
URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/economyandsociety/article/view/34> (дата звернення: 24.11.2025).
- 18.Літвінчук А. Р., Фесак Є. М., Колісниченко Т. О. Фуд-дизайн та фудстайлінг – інноваційні напрямки естетичного оформлення і презентації ресторанних страв. Інноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості : матеріали II Всеукр. конф. здобувачів вищої освіти і молодих учених (м. Київ, 18 листопада 2021 р.). Київ : КНУТД, 2021. Т. 2. С. 130–135.
- 19.Носирєв О. О. Конкурентоспроможність та інноваційний розвиток підприємств готельно-ресторанного і туристичного бізнесу. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2022. № 11-12 (300-301). С. 110–122.
- 20.Островська Г. Є., Гузар У. Є. Управління креативністю персоналу в закладах

- індустрії гостинності. Центральнуукраїнський науковий вісник. Економічні науки. 2023. Вип. 9 (42). С. 83–90. URL: [https://economics.kntu.kr.ua/pdf/9\(42\)/10.pdf](https://economics.kntu.kr.ua/pdf/9(42)/10.pdf) (дата звернення: 24.11.2025).
- 21.Остаточний путівник — Виберіть шаблони меню ресторану в Інтернеті. URL: <https://www.carpot.com/uk-ua/resource/menu-templates-online> (дата звернення: 24.11.2025).
- 22.Паляниця: в Івано-Франківську вперше відкриють заклад традиційної галицької кухні. URL: <https://versii.if.ua/novunu/palyanyczya-v-ivano-frankivsku-vpershe-vidkryyut-zaklad-tradyczijnoyi-galyczkoyi-kuhni-foto/> (дата звернення: 24.11.2025).
- 23.Порсюрова І., Ботін М. Особливості використання сучасних інструментів інноваційно-креативних технологій підприємствами ресторанного бізнесу. Вісник Хмельницького національного університету. 2024. № 6. С. 727–732.
- 24.ПП «Надія» нагороджено національною премією «Вибір країни – 2021». URL: <https://procherk.info/news/6-info/97573-pp-nadija-nagorodzheno-natsionalnoju-premieju-vibir-krayini-2021> (дата звернення: 24.11.2025).
- 25.Про галицьку кухню. URL: <https://heritage.lviv.ua/vstupne-slovo-gospodyni/> (дата звернення: 24.11.2025).
- 26.Програми лояльності для ресторанів — приклади та ефективність. URL: <https://joinposter.com/ua/post/prohramy-loyalnosti-dlya-restoraniv> (дата звернення: 24.11.2025).
- 27.Ресторан «Десятка» : профіль закладу. URL: <https://list.in.ua/> (дата звернення: 24.11.2025).
- 28.Ресторан «Mameneri» (Маменорі) : профіль закладу. URL: <https://tomato.ua/ua/ivano-frankivsk/restaurants/mameneri> (дата звернення: 24.11.2025).
- 29.Ресторан «Надія» : відгуки відвідувачів. URL: https://www.tripadvisor.com/Restaurant_Review-g303930-d1936387-Reviews-Nadiya_Restaurant-Ivano_Frankivsk_Ivano_Frankivsk_Oblast (дата

звернення: 24.11.2025).

- 30.Ресторан «Надія» : офіційний сайт.
URL: <https://nadiyapalace.com/restoran/> (дата звернення: 24.11.2025).
- 31.Ресторан Мішлен зіштовхнувся із хейтом через подачу десерту.
URL: <https://travel.novyny.live/restoran-mishlen-zishtovkhnuvsia-iz-kheitom-cherez-podachu-desertu-287322.html> (дата звернення: 24.11.2025).
- 32.Ресторани готелю «Надія» : загальний огляд.
URL: <https://www.nadiyahotel.com/restaurants> (дата звернення: 24.11.2025).
- 33.Ресторани Івано-Франківська. ТОП 10 кращих закладів міста.
URL: <https://frankivsk-day.com/restaurants-in-ivano-frankivsk/> (дата звернення: 24.11.2025).
- 34.Рутинський М. Й., Зайченко В. В. Концепція «Food plating» у ресторанному бізнесі України. Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі. 2022. № 7. С. 43–49. URL: <https://doi.org/10.32782/tourismhospce-7-6> (дата звернення: 24.11.2025).
- 35.Сімейна ресторація Мулярових : огляд. URL: <https://karpaty.rocks/simeyna-restoraciya-mulyarovih> (дата звернення: 24.11.2025).
- 36.Стало відомо, коли відкриють оновлений заклад на місці колишнього кафе "Молочне" у Франківську. URL: <https://pik.net.ua/2025/11/10/stalo-vidomo-koly-vidkryyut-onovlenyj-zaklad-na-mistsi-kolyshnogo-kafe-molochne-u-frankivsku-foto/> (дата звернення: 24.11.2025).
- 37.ТОП закладів Івано-Франківська: 10 ресторанів зі смачною їжею.
URL: <https://prontopizza.ua/top-zakladiv-ivano-frankivska-10-restoraniv-zi-smachnoyu-yizheyu/> (дата звернення: 24.11.2025).
- 38.ТОП нових ресторанів Івано-Франківська. URL: <https://nadiyapalace.com/top-novi-restorany-ivano-frankivska/> (дата звернення: 24.11.2025).
- 39.ТОП-5 нових ресторанів Івано-Франківська. URL: <https://pravda.if.ua/top-5-novyh-restoraniv-ivano-frankivska1/> (дата звернення: 24.11.2025).
- 40.ТОП-10 ресторанів та кафе Івано-Франківська, які варто відвідати туристам та місцевим мешканцям. URL: <https://pravda.if.ua/top-10-restoraniv-ta-kafe->

ivano-frankivska-yaki-varto-vidvidaty-turystam-ta-miscevym-meshkanczyam/ (дата звернення: 24.11.2025).

41. Тренди фуд-фотографії на 2025 рік. URL: <https://katerynaozirna.com/trends-in-food-photography-for-2025/> (дата звернення: 24.11.2025).
42. Українська кухня Івано-Франківськ. URL: <https://places.in.ua/ivano-frankivsk/ukrayinska-kukhnya> (дата звернення: 24.11.2025).
43. Федосова К. С. Використання інформаційно-комунікаційних технологій в ресторанному бізнесі в період пандемії COVID-19. Економіка і суспільство. 2022. Вип. 35. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/economyandsociety/article/view/1025> (дата звернення: 24.11.2025).
44. Холодницька А., Костюк І. Креативність як драйвер розвитку ресторанного бізнесу в умовах невизначеності бізнес-середовища. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2021. № 3 (27). С. 140–148. URL: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2021-3\(27\)-140-148](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2021-3(27)-140-148) (дата звернення: 24.11.2025).
45. Як залучити клієнтів у ресторанному бізнесі. URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/kak-privlech-klientov-v-restorannom-biznese> (дата звернення: 24.11.2025).
46. Corassini grill and wine : огляд закладу. URL: <https://horeca-ukraine.com/catalog/corassini-grill-and-wine/> (дата звернення: 24.11.2025).
47. Experiential dining – what customers expect now. URL: <https://www.hospitalityhub.com.au/buying-guide/experiential-dining-what-customers-expect-now/f/26746> (дата звернення: 24.11.2025).
48. How to differentiate your restaurant and stand out from the crowd. URL: <https://gfs.com/en-us/ideas/how-differentiate-your-restaurant-and-stand-out-crowd/> (дата звернення: 24.11.2025).
49. How to make your restaurant stand out. URL: <https://www.tablein.com/blog/how-to-make-your-restaurant-stand-out> (дата звернення: 24.11.2025).
50. Omnivore restaurant : огляд закладу. URL: <https://horeca->

- ukraine.com/catalog/omnivore/ (дата звернення: 24.11.2025).
- 51.Ozturk B. The art of food: A systematic literature review on culinary creativity. International Journal of Gastronomy and Food Science. 2024. Vol. 36. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1878450X24000738> (дата звернення: 24.11.2025).
 - 52.Pine B. J., Gilmore J. H. The Experience Economy. Boston : Harvard Business School Press, 1999. 254 p.
 - 53.Plating food guide. URL: <https://hospitalityinsights.ehl.edu/plating-food> (дата звернення: 24.11.2025).
 - 54.Restaurant loyalty programs ideas: Creative ways to reward and retain customers. URL: <https://www.restauranttimes.com/blogs/marketing/restaurant-loyalty-programs-ideas/> (дата звернення: 24.11.2025).
 - 55.Sky Bar : офіційний сайт. URL: <https://nadiyapalace.com/sky-bar/> (дата звернення: 24.11.2025).
 - 56.SMM просування: ефективні методи розкрутки в соціальних мережах. URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/smm-prodvizhenie> (дата звернення: 24.11.2025).
 - 57.Spence C. Gastrophysics: The New Science of Eating. London : Viking, 2017. 336 p.
 - 58.Urban Space 100 : офіційний сайт. URL: <https://23restorany.ua/restaurants/urban-space-100> (дата звернення: 24.11.2025).
 - 59.Wang X.-L., Ko W.-H. Developing culinary innovation indicators considering sustainable development goals. International Journal of Gastronomy and Food Science. 2024. Vol. 37. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1878450X24001276> (дата звернення: 24.11.2025).
 - 60.Zampollo F. Welcome to Food Design. London : CreateSpace Independent Publishing Platform, 2016. 186 p.

ДОДАТКИ

Додаток А

Додаток Б

Додаток В

