

*Секція: Економіка та управління підприємствами*

**Галасюк С. С.**

*доцент кафедри економіки та управління туризмом,*

**Перетятко Ю. М.**

*магістрант кафедри економіки та управління туризмом,*

*Одеський національний економічний університет,*

*м. Одеса, Україна*

## **ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ У СВІТІ**

Ресторанне господарство є галуззю економіки, що динамічно розвивається і створює умови для досягнення суспільних цілей розвитку туризму. Поява сучасних готелів, створення нових туристичних маршрутів позитивно відбиваються на ринку закладів ресторанного господарства. У ресторанах зустрічаються й знайомляться люди з різних країн, створюється сприятливе оточення для взаєморозуміння, корисних, ділових контактів, розвитку суспільного й культурного життя. У даний час ринок ресторанних послуг за кордоном значно зростає. Поряд з готельною індустрією ресторанне господарство отримує значну частку доходів як від внутрішнього, так і міжнародного туризму, активізує валютні надходження, створює умови для «експорту» послуг і включення їх до міжнародного ринку [1].

Створення міжнародних ресторанних ланцюгів, поглиблення спеціалізації ресторанної пропозиції (від класичної національної кулінарії до молекулярної кухні), збільшення кількості світових ресторанів, що мають відзнаку «Мішлен», а також впровадження нових технологій приготування страв та обслуговування клієнтів обумовлюють динамічний розвиток даної галузі.

Результати досліджень експертів з нью-йоркського агентства «Baum+Whitman» [2] дозволяють визначити основні шляхи розвитку світової ресторанної кухні у 2014 році:

– облаштування ресторанів у несподіваних місцях: в торгових центрах, аеропортах, вокзалах і музеях;

- поява нової форми вибору страв (мініатюрні дегустаційні порції) замість багатосторінкового меню;
- визначення курятини основним видом м'яса для ресторанної кухні завдяки можливості її швидкого приготування;
- заміна високовартісних морепродуктів і делікатесних сортів риби на більш прийнятні за ціною рибопродукти з оселедця, сардини або анчоуса;
- уведення до складу ресторанного меню переважно місцевих вин, живого пива, натуральних соків, молочних коктейлів замість міцних спиртних напоїв;
- розробка більш цікавих приправ і добавок (наприклад, томатного джему, бурякового масла або масла з курячої печінки, часнику або розмарину), організація їх подачі разом з випічкою з пекарні при ресторані;
- розповсюдження спеціалізованих ресторанів для обслуговування певного контингенту споживачів (наприклад, для вегетаріанців і ваганів тощо);
- поява «моноресторанів» – ресторанів одного продукту, де, наприклад, подають тільки печену картоплю, вівсянку, хумус, вафлі або пельмені;
- застосування технологій, які дозволяють впливати не тільки на смак і нюх, але й на інші рецептори людини. Так, наприклад, в ресторані «Pass» у Техасі завдяки величезному плазмовому екрану в реальному часі гості можуть спілкуватися з виноробами та постачальниками тієї продукції, яка в даний момент знаходиться у них на столі. А в голландському ресторані «Treeswijkhoeve» крім сенсорного меню клієнтам подають тактильний посуд, спрямований на зміну сприйняття смаку;
- пошук нових сполучень аутентичного гастрономічного досвіду, притаманного азіатській кухні, з майстерністю європейських кухарів у приготуванні вишуканих страв;
- орієнтація невеликих європейських кафе і ресторанів на приготування страв, традиційних для кухонь Марокко, Ізраїлю, Туреччини, Єгипту, Іраку та Ірану, що обумовлено численністю родин мігрантів з цих країн у Європі.

– оцінювання ресторану як повноцінного твору мистецтва, де важливим є не тільки майстерність шеф-кухаря, але й інтер'єр та дизайн закладу, над яким працювала команда професійних художників, архітекторів і декораторів.

Нью-йоркські експерти також вважають, що збільшиться кількість ресторанів в торгових центрах і великих універмагах, оскільки компанії прагнуть підвищити відвідуваність своїх магазинів і привабити клієнтів, спонукаючи їх повертатися знову.

Фахівці національної асоціації ресторанів США провели щорічне опитування для виявлення гастрономічних тенденцій, в якому взяли участь 1300 кухарів-професіоналів, членів американської кулінарної асоціації, за підсумками якого було оголошено десять головних трендів 2014 року [3]:

1. М'ясна і рибна продукція від місцевого виробника.
2. Овочі, фрукти та зелень від місцевих виробників.
3. Використання продуктів, виробництво яких не шкодить навколишньому середовищу, або екологічна стійкість.
4. Здорове і корисне дитяче меню.
5. Безглютенова кухня – використання продуктів, що не містять клейковину. Відмова від страв з пшениці, жита чи ячменю, але використання замість них рису, гречки, проса, бобових культур, лободи.
6. Гіперлокальне постачання – створення власного саду і городу при кафе або ресторані.
7. Зменшення порцій для підвищення доступності натуральної їжі.
8. Вживання в їжу тварини або рослини повністю, так зване «безвідходне виробництво».
9. Відродження давніх злаків.
10. Поява так званих «іменних» продуктів під маркою певного фермера або його господарства.

Результати опитування свідчать, що на перших позиціях перебувають: екологічно чиста їжа від місцевих виробників, відмова від імпортованих продуктів

та промислової переробки, а також робота з локальними фермерськими господарствами.

Нещодавно з'явився і став модним принцип доставки продуктів «із землі до столу» (land to table), коли продукти долають мінімальну відстань від грядки до потрапляння на ресторанний стіл у складі виготовлених страв. Одним із закладів, що пропонує даний принцип, є ресторан «Noma» у Копенгагені, кулінари якого займаються інтерпретацією класичної нордичної кухні, та, крім іншого, подають мох, лишайник і кістковий мозок [4].

Американський діловий журнал «Forbes» повідомляє, що у Франції з'явиться знак якості ресторанних страв. Уряд Франції всерйоз потурбувався про репутацію французької кухні, і в цьому році було видано закон «Fait Maison», за яким ресторатори зобов'язані попереджати гостей, що подана ними страва виготовлена з використанням напівфабрикатів. У всіх ресторанних меню поруч з назвою страви з натуральних продуктів стоятиме знак якості: зображення сковороди і даху будинку.

За даними «Union of Hotel Industry Professions», 85% ресторанів у Франції використовують на кухні напівфабрикати, не кажучи про це гостям. А в ході опитування, проведеного у 2013 році Асоціацією ресторанів «Synhorcat», з'ясувалося, що 31% французьких закладів не готують страви «з нуля», тобто «купають все, від яловичини по-бургундські до яблучного пирога, щоб розігріти це і продати в десять разів вище оптової ціни» [5]. Ресторатори зобов'язані переробити все меню до січня 2015 року.

Таким чином, основними тенденціями розвитку світового ресторанного бізнесу є такі:

- Стилістика і манера обслуговування, одяг офіціантів, дизайн інтер'єру і якісно приготовлена їжа залишаються і будуть важливими складовими загальної атмосфери у закладі та впливатимуть на рівень задоволеності обслуговування гостей.

- Використання сет-меню, як знака якості та характерної риси закладу. В ресторанах з авторською кухнею шеф-кухарі створюють спеціальні

дегустаційні меню, за допомогою яких гості мають можливість отримати уявлення про продукти. Сет-меню, по суті, передають атмосферу закладу, в середньому, це 8-10 страв.

– Наголос на органічності, натуральності і свіжості продуктів. Обов'язкове використання стандартів в приготуванні страв, відсутність хімічних добавок, принцип доставки продуктів «з землі до столу».

– Відкрита кухня та приготування страв безпосередньо на очах у споживача. При приготуванні використовується мінімум обробки: клієнти хочуть відчувати смак продуктів, а не численних спецій. А в меню – все більше страв із зелені, овочів і фруктів.

– Подальший акцент на здоровому харчуванні сприятиме зростанню кількості суп-барів, салат-барів, вегетаріанських ресторанів. До речі, овочі в Європі зараз найпопулярніший продукт.

Безумовно, ринок ресторанних послуг України має величезний потенціал і перспективи розвитку, а перейняття зарубіжного досвіду, в свою чергу, сприятиме становленню високорозвиненого ресторанного господарства в нашій країні, що буде об'єднувати у собі як міжнародні, так і національні риси.

### **Література**

1. Новікова О. В. Організація харчування та обслуговування туристів на підприємствах ресторанного господарства : навчальний посібник / О. В. Новікова, Л. О. Радченко, К. П. Вініченко, Л. Д. Льовшина, П. П. Пивоваров, Л. І. Чубар. — Х. : Світ Книг, 2014. — 411 с.
2. Гастрономічні тренди – 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://prohotelia.com.ua/2014/01/food-trends-2014>.
3. Кулінарний прогноз [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.restaurant.org/News-Research/Research/Facts-at-a-Glance>.
4. Пятьдесят лучших ресторанов мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.restaurantmagazine.com/2014-worlds-50-best-restaurants-revealed>.
5. Во Франции появится знак качества ресторанных блюд [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://prohotelia.com.ua/2014/08/fait-maison>.