

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет управління, адміністрування та туризму
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

бакалавр

Рівень вищої освіти

Адаптація меню до культурних запитів міжнародних гостей
в ресторанному сервісі (на прикладі ресторану «Belevue»)

Назва теми


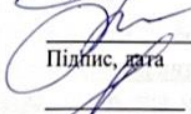
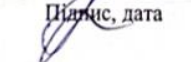
Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»
Шифр і назва галузі знань

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»
Шифр і назва спеціальності

Освітня програма «Готельно-ресторанна справа»
Назва

Шифр 21017

Виконав:
студент 4 курсу група ГРС-21


Підпис

Підпис, дата

Підпис, дата

Андрій ТИМІНСЬКИЙ

Ім'я ПРІЗВИЩЕ

Наталія ПРИЛЕПА

Ім'я ПРІЗВИЩЕ

Оксана ГРИНДІЙ

Ім'я ПРІЗВИЩЕ

До захисту допускаю:
Зав. кафедри туризму та готельно-ресторанної справи


Підпис

Ігор ЖУРБА

Ім'я ПРІЗВИЩЕ

19 06 2025 р

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет управління, адміністрування та туризму

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)


Галузь знань 241 Готельно-ресторанна справа

Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа ОП «Готельно-ресторанна справа»

Шифр, назва
Шифр, назва спеціальності та освітньої програми

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Завідувач кафедри


 "19" 06 2025р.

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Тимінський Андрій Сергійович

Прізвище, ім'я, по батькові студента

1. Тема роботи Адаптація меню до культурних запитів міжнародних гостей в ресторанному сервісі (на прикладі ресторану «Belevue»)

керівник роботи Прилепа Наталія Валеріївна, к.е.н, доц. кафедри ТтаГРС

Прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання

Затверджено наказом ректора університету від 04.02 2025 р. № 23 дод.

2. Строк подання студентом роботи на кафедру 14 червня 2025 р.

3. Вихідні дані до роботи статті, монографії, навчальні посібники з теми організації ресторанного обслуговування, інтеркультурної адаптації в закладах гостинності, особливостей формування інтернаціонального меню, інформація про діяльність ресторану «Belevue», статистичні дані, інформація з відкритих джерел (інтернет-ресурси, професійні гастрономічні платформи, галузеві аналітичні звіти).

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1 Теоретичні аспекти адаптації меню для міжнародних гостей в ресторанному сервісі. 2 Аналіз діяльності ресторану «Belevue». 3 Пропозиції з адаптації меню для міжнародних гостей в ресторані «Belevue».

5. Перелік графічного матеріалу (із зазначенням обов'язкових креслень): Структура культурних особливостей харчування туристів з різних країн. Організаційна структура ресторану «Belevue». Аналіз національного складу гостей ресторану. SWOT-аналіз ресторану «Belevue». Аналіз гастрономічних вподобань основних груп міжнародних гостей та аналіз меню ресторану «Belevue» за типами страв. Адаптоване меню для міжнародних гостей. Приклади піктограм для маркування страв у меню. Пропозиції щодо мовної адаптації меню.

6. Дата видачі завдання _____

25 квітня 2025р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

Пор. №	Назва етапів (розділів) кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір теми дипломної роботи	березень 2025	виконано
2.	Одержання індивідуального завдання	квітень 2025	виконано
3.	Складання календарного плану графіка написання дипломної роботи	квітень 2025	виконано
4.	Підготовка до виконання дипломної роботи: підбір та вивчення літератури, участь у виконанні науково-дослідних робіт, інші заходи	квітень 2025	виконано
5.	Уточнення теми дипломної роботи та календарного плану-графіка, виходячи зі специфіки базового підприємства	квітень 2025	виконано
6.	Підготовка першого розділу	травень 2025	виконано
7.	Підготовка другого розділу	травень 2025	виконано
8.	Підготовка третього розділу	червень 2025	виконано
9.	Підготовка висновків	червень 2025	виконано
10.	Здача науковому керівнику	червень 2025	виконано
11.	Доопрацювання дипломної роботи з урахуванням зауважень наукового керівника	червень 2025	виконано
12.	Написання та оформлення роботи в остаточному варіанті	червень 2025	виконано
13.	Попередній захист дипломної роботи на кафедрі	червень 2025	виконано
14.	Одержання відгуку наукового керівника	червень 2025	виконано
15.	Одержання рецензії зовнішнього рецензента	червень 2025	виконано
16.	Захист дипломної роботи	червень 2025	виконано

Студент

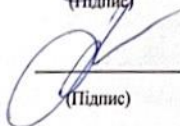


(Підпис)

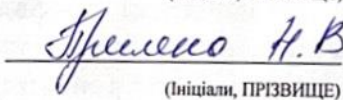


(Ініціали, ПРІЗВИЩЕ)

Керівник роботи



(Підпис)



(Ініціали, ПРІЗВИЩЕ)

АНОТАЦІЯ

на кваліфікаційну роботу Тимінський Андрій Сергійович

Прізвище, ім'я, по батькові

Тема роботи: Адаптація меню до культурних запитів міжнародних гостей в ресторанному сервісі (на прикладі ресторану «Belevue»)

Назва теми кваліфікаційної (дипломної) роботи

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Науковий керівник: к.е.н., доцент Прилепа Н.В.

Вчений ступінь, вчене звання, прізвище, ініціали

м. Хмельницький, 2025 р.

Кваліфікаційна робота виконана на 49 с., містить 16 таблиць, 5 рисунків, перелік джерел посилання складається з 28 найменувань, 3 додаток.

Актуальність роботи. Зумовлена зростанням глобальної мобільності, культурного розмаїття туристичних потоків і підвищенням вимог до інтеркультурної адаптації в ресторанному сервісі. У сучасному ресторанному бізнесі меню виконує не лише інформаційну функцію, а й є інструментом комунікації, культурної інтеграції та формування лояльності гостей. Зокрема, міжнародні туристи часто мають специфічні гастрономічні очікування, пов'язані з релігійними, національними, естетичними й етичними нормами.

У *першому розділі* досліджено теоретичні основи адаптації меню для іноземних гостей у ресторанному сервісі. Проаналізовано роль меню в культурній комунікації, особливості національних гастрономічних традицій та практики поєднання місцевої і міжнародної кухні.

У *другому розділі* представлено організаційно-економічну характеристику ресторану «Belevue», виконано аналіз контингенту відвідувачів і оцінено рівень відповідності чинного меню культурним очікуванням міжнародних гостей.

У *третьому розділі* надано конкретні пропозиції щодо вдосконалення меню з урахуванням міжкультурної специфіки, розроблено приклади страв, запропоновано мовну адаптацію, піктограми та варіанти тематичних гастрономічних рішень.

Ключові слова: міжнародний сервіс, ресторанне меню, культурна адаптація, гастрономічні очікування, інтернаціональна кухня.

ABSTRACT

for diploma thesis Tyminsky Andriy Serhiyovych

Full Name

Work theme: Adapting the menu to the cultural requests of international guests in restaurant service (using the example of the «Belevue» restaurant)

The title of the subject of the qualification (diploma) work

First level of higher education (bachelor's degree)

Specialty 241 "Hotel and restaurant business"

Department of tourism and hotel and restaurant business

Scientific supervisor: PhD in Economics, As. Prof. Prylepa N.V

Academic degree, academic title, surname, initials

Khmelnyskyi, 2025

The qualification thesis consists of 49 pages, includes 16 tables, 5 figure, a list of references comprising 28 sources, 3 appendices.

Relevance of the work. The relevance of this research is driven by the growing global mobility, cultural diversity of tourist flows, and the increasing demand for intercultural adaptation in restaurant service. In the modern hotel and restaurant industry, the menu serves not only an informational function but also acts as a tool for communication, cultural integration, and the development of guest loyalty. In particular, international tourists often have specific gastronomic expectations related to religious, national, aesthetic, and ethical norms.

The first chapter explores the theoretical foundations of menu adaptation for foreign guests in the restaurant service sector. It analyzes the role of the menu in cultural communication, the peculiarities of national gastronomic traditions, and the practices of combining local and international cuisines.

The second chapter presents the organizational and economic characteristics of the “Belevue” restaurant, analyzes its visitor demographics, and evaluates the current menu’s compliance with the cultural expectations of international guests.

The third chapter offers specific proposals for improving the menu based on intercultural considerations, including examples of adapted dishes, suggestions for linguistic localization, iconography, and thematic gastronomic solutions.

Keywords: international service, restaurant menu, cultural adaptation, gastronomic expectations, international cuisine.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ АДАПТАЦІЇ МЕНЮ ДЛЯ МІЖНАРОДНИХ ГОСТЕЙ В РЕСТОРАННОМУ СЕРВІСІ	
1.1 Роль меню у формуванні культурних запитів міжнародних гостей в ресторанному сервісі	8
1.2 Особливість врахування національних традицій до запитів міжнародних гостей	12
1.3 Поєднання місцевих кулінарних традицій із міжнародною гастрономією	16
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ РЕСТОРАНУ «BELEVUE»	
2.1. Організаційно-економічна характеристика ресторану «Belevue»	20
2.2. Аналіз контингенту відвідувачів ресторану «Belevue».....	26
2.3. Аналіз поточного меню щодо відповідності потребам міжнародних гостей в ресторані «Belevue».....	31
РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ З АДАПТАЦІЇ МЕНЮ ДЛЯ МІЖНАРОДНИХ ГОСТЕЙ В РЕСТОРАНІ «BELEVUE»	
3.1. Рекомендації щодо врахування особливостей меню до культурних запитів в ресторані «Belevue».....	37
3.2. Розробка адаптаційного меню в ресторані «Belevue».....	41
ВИСНОВОК	45
ЛІТЕРАТУРА	47
ДОДАТКИ	50

ВСТУП

У сучасних умовах розвитку міжнародного туризму та індустрії гостинності, ресторанна справа потребує постійного вдосконалення якості обслуговування, зокрема — врахування культурних і гастрономічних очікувань іноземних гостей. Меню закладу є не лише засобом представлення асортименту страв, а й важливим комунікативним інструментом між рестораном та споживачем. Через меню відображаються цінності, культура, локальна ідентичність та рівень адаптивності підприємства до міжнародного ринку. У глобалізованому світі, де культурне розмаїття є нормою, виникає нагальна потреба адаптації гастрономічної пропозиції до культурних запитів гостей різних національностей, віросповідань та смакових уподобань.

Актуальність теми дипломної роботи зумовлена зростанням кількості міжнародних туристів в європейських країнах, у тому числі й у Німеччині, що підвищує вимоги до мультикультурної компетентності підприємств ресторанного бізнесу. В умовах жорсткої конкуренції на ринку послуг, забезпечення високої якості сервісу та задоволення потреб іноземних гостей стають стратегічними завданнями для ресторанного підприємства. Ресторан «Bellevue» при готелі Maritim Köln — це заклад, що має високий рівень відвідуваності представниками різних країн і культур. Саме тому вивчення можливостей адаптації його меню до потреб міжнародної аудиторії є не лише науково значущим, а й практично необхідним.

Метою дипломної роботи є теоретичне обґрунтування та розробка практичних рекомендацій щодо адаптації меню ресторанного підприємства до культурних запитів іноземних гостей на прикладі ресторану «Bellevue». Для досягнення поставленої мети передбачається виконання таких завдань:

- охарактеризувати роль меню у формуванні гастрономічних очікувань гостей з різних культурних середовищ;
- визначити особливості врахування національних і релігійних традицій у ресторанному обслуговуванні;

- проаналізувати практику поєднання локальної кухні з міжнародною гастрономією;
- здійснити аналіз діяльності ресторану «Bellevue» щодо рівня адаптації сервісу;
- оцінити відповідність поточного меню культурним потребам гостей;
- сформулювати рекомендації щодо розробки оновленого адаптованого меню;
- надати конкретні приклади страв з урахуванням гастрономічних переваг цільових національних груп.

Об'єктом дослідження є організація ресторану «Bellevue» в умовах міжкультурної взаємодії.

Предмет дослідження — адаптація меню до культурних запитів міжнародних гостей на прикладі функціонування ресторану «Bellevue».

Практичне значення дослідження полягає у можливості впровадження запропонованих рекомендацій безпосередньо в діяльність ресторану «Bellevue», що сприятиме підвищенню рівня задоволеності міжнародних гостей, підвищенню конкурентоспроможності закладу на ринку та формуванню позитивного іміджу бренду готельного комплексу Maritim Köln.

Структура кваліфікаційної роботи складається з 49 сторінок, кількість таблиць - 16, рисунків - 1, діаграми - 4, кількість позицій у списку використаних джерел - 28, додатків - 3.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ АДАПТАЦІЇ МЕНЮ ДЛЯ МІЖНАРОДНИХ ГОСТЕЙ В РЕСТОРАННОМУ СЕРВІСІ

1.1 Роль меню у формуванні культурних запитів міжнародних гостей в ресторанному сервісі

У сучасному ресторанному сервісі меню розглядається не лише як перелік страв та напоїв, а як стратегічний інструмент комунікації з гостем. Саме через меню заклад може продемонструвати свою концепцію, стиль, рівень професіоналізму та готовність до міжкультурного діалогу. Для міжнародного гостя меню виступає «візитною картою» закладу, яка дозволяє миттєво зрозуміти, наскільки ресторан враховує культурні, релігійні, етичні та гастрономічні особливості його країни походження [14].

Значущість ресторанного меню як комунікативного інструменту суттєво зростає в умовах глобалізації та активного розвитку міжнародного туризму. Серед відвідувачів закладів готельно-ресторанного сервісу переважають туристи, бізнес-мандрівники, делегати міжнародних форумів, виставок та конференцій. Ці категорії гостей відрізняються значним культурним різноманіттям, що безпосередньо впливає на їхні гастрономічні запити.

Частина гостей уникає вживання певних продуктів з релігійних міркувань (наприклад, свинини або алкоголю), інші очікують знайомих страв із рідної кухні, що знижують культурний стрес у незвичному середовищі. Для багатьох важливими є гарантії якості, безпеки та прозорості інгредієнтів, а також доступність інформації зрозумілою мовою.

У такому контексті меню виконує не лише інформаційну функцію, а й стає засобом формування довіри, комфорту та міжкультурного діалогу. Воно має бути структурованим, адаптованим до багатомовного середовища, чутливим до культурних відмінностей і відповідати очікуванням широкого кола міжнародних гостей.

Таблиця 1.1 - Ключові функції меню для міжнародних гостей

№	Функція	Сутність для міжнародного сервісу	Приклад реалізації в ресторані
1	Інформативна	Дає повний опис страв, ваги порції, походження продуктів	Піктограми «GF», «V», «Halal»
2	Презентаційна	Формує перше враження про концепцію та рівень професіоналізму	Стильний двомовний дизайн меню
3	Комунікативна	Служить «візитною картою» і містком між культурами	QR-код із відео-подачею страв
4	Маркетингова	Стимулює продаж окремих позицій, підвищує середній чек	Розділ «Chef's Specials»
5	Репутаційна	Віддзеркалює готовність закладу до культурної чутливості та інклюзії	Відгуки гостей у TripAdvisor

Меню в закладах, орієнтованих на міжнародного споживача, виконує низку функцій: інформативну, презентаційну, комунікативну, маркетингову та репутаційну. Воно має враховувати мовні особливості (переклад на англійську, французьку, китайську тощо), специфіку опису страв (походження продуктів, релігійна чистота), а також візуальну привабливість. Дедалі частіше меню подається не тільки в друкованому вигляді, а й у цифровому форматі через QR-коди, що також відкриває нові можливості для персоналізації інформації [3].

Згідно з дослідженнями у сфері кулінарної психології, структура та зміст меню істотно впливають на рішення споживача. Гості більш охоче обирають ті страви, які супроводжуються зрозумілими назвами, культурно близькими компонентами та логічно впорядкованим переліком. Відтак, ефективне меню не лише презентує асортимент, а й виступає інструментом продажу, який впливає на емоційне сприйняття та комфорт гостя в умовах іншої країни.

У міжнародному контексті особливо важливо враховувати культурні архетипи та гастрономічні табу. Наприклад, гості з країн Близького Сходу очікують наявності халяль-меню, ізраїльські туристи — кошерних страв, індійці — відсутності яловичини, а японці — естетику оформлення та увагу до морепродуктів. Таким чином, меню повинно бути не просто гнучким, а культурно інформованим [17].

Таблиця 1.2 - Поширені гастрономічні табу та вимоги різних культур

Культурна/релігійна група	Заборонені або небажані інгредієнти	Очікувані позначки / вимоги меню
Мусульмани (Близький Схід)	Свинина, алкоголь	«Halal», окрема зона приготування
Юдеї (Ізраїль, діаспора)	Свинина; змішування м'ясного та молочного	«Kosher», окремий посуд
Індуїсти (Індія)	Яловичина	Вегетаріанські варіанти
Буддисти/вегетаріанці	М'ясо тварин	«V» або «Vegan»
Японці	Естетика подачі, свіжі морепродукти	Акцент на оформленні та сезонності

Особливу роль у формуванні культурної ідентичності закладу відіграє візуальне оформлення меню. Типографіка, кольорова палітра, наявність фотографій страв — усе це формує перше враження про рівень закладу. У міжнародній практиці меню часто виконується у форматі мінімалізму з лаконічним дизайном, акцентом на логіку структури, адаптованим описом і зрозумілими позначками щодо особливостей страв.

Меню також є важливим інструментом створення інклюзивного середовища в ресторанному сервісі. Наявність піктограм (гостре, халяль, кошерне), можливість вибору порцій (повні або міні) та альтернатив (гарнір на вибір, вид соусу) — усе це дозволяє міжнародному гостю почуватися комфортно незалежно від своїх уподобань [2].

Важливо зазначити, що культура споживання їжі є важливою складовою соціалізації. Страви можуть слугувати своєрідним «містком» між культурами, сприяти міжособистісному спілкуванню та глибшому розумінню традицій інших народів. У цьому контексті меню стає частиною гастрономічного діалогу, у якому ресторан виступає медіатором між локальною кулінарною спадщиною та глобальними очікуваннями.

Економічна ефективність роботи ресторану напряму пов'язана з адаптаційною політикою щодо меню. Задоволення гастрономічних потреб туристів позитивно впливає на середній чек, кількість повторних відвідувань та відгуки на онлайн-платформах. Більше того, позитивний досвід харчування

часто впливає на загальне враження про готель чи туристичний маршрут загалом [7].

З метою адаптації меню до міжнародних стандартів ресторани можуть використовувати методи дослідження цільової аудиторії — анкетування гостей, аналіз даних з бронювань, вивчення національних святкових кулінарних традицій. Отримана інформація дозволяє не лише створити меню, що відповідає запитам, а й уникати потенційних конфліктів, пов'язаних із культурною нечутливістю.

Серед сучасних тенденцій у ресторанному сервісі помітне поширення практик гнучкої адаптації меню відповідно до очікувань різних груп міжнародних гостей. Теоретично обґрунтованою є доцільність використання змінного меню, яке може змінюватися залежно від культурних, сезонних або гастрономічних чинників. Зокрема, до таких форматів належать тематичні гастрономічні концепції, що орієнтуються на національні кухні, сезонні цикли та подієвий контекст.

Зміни в асортименті можуть відображати популярні гастрономічні вподобання окремих культур або відображати особливості певної кухні у межах обмеженого періоду. Такі підходи, згідно з науковими джерелами [18], дозволяють краще зрозуміти вподобання гостей, орієнтувати пропозицію на конкретні цільові групи та здійснювати подальший аналіз популярності страв.

Таблиця 1.3 – Інструменти адаптації меню до міжнародних стандартів

Інструмент	Мета / очікуваний ефект	Приклад застосування в «Bellevue»
Багатомовний переклад	Зменшення мовного бар'єра	Меню DE/EN/FR/AR/JA
Універсальні піктограми	Швидка навігація по дієтичних опціях	«GF», «LF», «Spicy», «Halal», «Kids»
QR-код із мультимедіа	Цифрова персоналізація, фото й відео страв	Код біля назви, що веде на 15-сек кліп
Формат «sharing dishes»	Повага до колективної моделі споживання (Азія)	Набір міні-закусок «Taste of Rhine & Asia»
Тренінг персоналу з культ. чутливості	Грамотні консультації, уникнення помилок	Щоквартальні майстер-класи від шефа

Іншою важливою складовою є мовна адаптація меню. Окрім англійської, популярними стають переклади меню китайською, арабською, французькою, іспанською мовами. Таке рішення дозволяє зменшити мовний бар'єр і покращити емоційне сприйняття обслуговування. В окремих випадках впроваджуються мультимовні електронні меню з функцією озвучення або перекладу жестовою мовою.

Не слід нехтувати роллю персоналу, який має бути обізнаним щодо змісту меню. Офіціанти повинні мати чітке уявлення про інгредієнти, способи приготування, особливості подачі, щоб грамотно консультувати міжнародних гостей. Відтак, адаптація меню передбачає також навчання персоналу — як складову сервісного ланцюга [1].

Успішна адаптація меню до культурних запитів міжнародних гостей можлива лише за умови поєднання трьох компонентів: маркетингового аналізу, гастрономічної компетентності та сервісної чутливості. Це дозволяє перетворити меню на інструмент не тільки задоволення потреб, а й формування лояльності гостей, що критично важливо в умовах повторного бронювання та рекомендаційної моделі вибору готелів і ресторанів.

1.2 Особливість врахування національних традицій до запитів міжнародних гостей

У ресторанному сервісі, орієнтованому на іноземного гостя, надзвичайно важливим є глибоке розуміння та врахування національних традицій харчування. Кожна культура формувала власні гастрономічні звички століттями, і для багатьох споживачів їжа є не лише джерелом енергії, а виразником ідентичності, духовності, соціального статусу та повсякденної етики. Нехтування національними особливостями може стати не просто помилкою ресторану, а чинником розчарування гостей, який очікує поваги до власної культури [10].

Перш за все, слід виділити гастрономічні заборони, пов'язані з релігійними переконаннями. Наприклад, ісламські країни вимагають наявності халяль-меню — страв, приготованих згідно з нормами шаріату. Це стосується як продуктів (відсутність свинини, алкогольних інгредієнтів), так і методів їх обробки. Для юдейських туристів важливою є наявність кошерної їжі, яка не допускає змішування м'ясних і молочних продуктів, вимагає ритуального забою тварин тощо. Індуїсти здебільшого не споживають яловичину. Отже, меню, зорієнтоване на міжнародну аудиторію, має не тільки пропонувати альтернативи, а й бути точно проінформованим щодо складу кожної страви.

Не менш важливим є розуміння естетичних і символічних уявлень про їжу. Для багатьох азійських культур (зокрема, Японії та Китаю) принципова не лише якість продукту, а й естетика подачі: колір, симетрія, поєднання текстур. У той час як у скандинавських країнах цінується мінімалізм і простота інгредієнтів, гості з Латинської Америки віддають перевагу яскравості, складним соусам і візуально багатим композиціям. Таким чином, адаптація меню повинна включати не лише смакову гнучкість, а й художнє оформлення [20].

Серед іншого, слід враховувати часові традиції харчування. Наприклад, у більшості країн Західної Європи основний прийом їжі припадає на обідню годину, тоді як у Середземноморському регіоні вечеря — це головна гастрономічна подія дня. У США чи Великій Британії популярні ситні сніданки, зокрема з яєць, бекону, тостів, що часто контрастує з легкими континентальними сніданками в німецьких чи французьких готелях. Меню ресторану має бути структурованим так, щоб задовольнити ці часові звички — наприклад, передбачати окреме сніданкове меню або можливість замовлення традиційної вечері у пізні години [11].

Однією з характерних рис міжнародного ресторанного середовища є потреба враховувати культурно обумовлені гастрономічні обмеження та харчові практики. У різних країнах світу певні дієтичні звички є не винятком,

а нормою — глибоко інтегрованою в традиційну кулінарну культуру. Наприклад, у Південній Індії або буддистських регіонах Південно-Східної Азії значна частина населення уникає м'яса з релігійних та духовних міркувань. У арабських країнах суворо дотримуються вимог халяль, у той час як у Ізраїлі — кашруту.

Крім того, в окремих європейських країнах, як-от Італія, високий рівень діагностики целіакії зумовлює особливу увагу до відміток про наявність глютену в стравах. Ігнорування таких аспектів може спричинити не лише втрату репутації, а й серйозні наслідки для здоров'я гостей. Тому в міжнародному ресторанному сервісі особливої ваги набуває точне та прозоре позначення харчових особливостей кожної страви в меню, з урахуванням культурних і релігійних контекстів [8].

Ще один аспект — святкові кулінарні традиції. У різних культурах святкові страви відрізняються за складом, подачею, і навіть за часовим ритмом приготування. Наприклад, європейські гості можуть очікувати спеціального меню на Різдво чи Новий рік, а мусульмани — іфтар-меню в період Рамадану. Адаптація до таких календарних особливостей допомагає створити емоційний зв'язок із гостем і підвищити лояльність до бренду закладу [8].

Не варто забувати про психологічний аспект споживання знайомої їжі за кордоном. Часто туристи, особливо ті, хто подорожує з дітьми або літніми родичами, шукають у меню страви, наближені до рідної кухні. Це створює відчуття безпеки, стабільності, зменшує стрес і сприяє кращому відпочинку. Саме тому великі міжнародні мережі харчування пропонують так звані «comfort food» — страви з високим ступенем впізнаваності для широкої аудиторії.

Також слід звернути увагу на харчові етикети — негласні правила поведінки за столом, що мають національну специфіку. Наприклад, у Кореї чи Японії неприйнятно встромлювати палички вертикально в рис, а в Індії вважається нечемним їсти лівою рукою. Хоч це й не безпосередньо стосується

формування меню, але правильна подача страв із урахуванням культурних норм споживання створює повноцінну атмосферу комфорту для гостя [4].

Крім національних традицій, варто враховувати регіональні кулінарні особливості в межах однієї країни. Наприклад, гості з півдня Італії мають інші вподобання щодо приготування пасти, ніж мешканці півночі, які більше орієнтовані на м'ясні соуси. Така деталізація дозволяє вийти на вищий рівень гастрономічного сервісу — не лише мультикультурного, а й багат шарового.

Інформаційне супроводження меню має важливе значення для міжнародної аудиторії. Детальні описи інгредієнтів, зазначення ваги порції, калорійності, алергенів — усе це сприяє прийняттю рішення і дозволяє уникнути непорозумінь. Бажано використовувати універсальні піктограми та стандартні позначення, які зрозумілі без перекладу, що також є частиною адаптації [9].

Значну роль у цьому процесі відіграє кваліфікація персоналу. Офіціанти та адміністратори мають володіти не лише іноземною мовою, а й розумінням культурних особливостей. Наприклад, варто знати, як звертатися до гостей з Азії (з шанобливою формою ввічливості), або як не образити мусульманських гостей (не пропонувати алкоголь). Ці «дрібниці» формують загальне враження від сервісу.

Успішна практика адаптації передбачає поєднання елементів локальної кухні з універсальними позиціями. Наприклад, можна подати українські вареники з адаптованим соусом для європейських гостей або створити гібридні страви — локальні продукти в інтернаціональній подачі. Такі рішення сприяють розширенню асортименту та демонструють гастрономічну відкритість закладу.

1.3 Поєднання місцевих кулінарних традицій із міжнародною гастрономією

У сучасному ресторанному сервісі, особливо в умовах глобалізації, важливим трендом є гармонійне поєднання місцевих кулінарних традицій із міжнародною гастрономією. Такий симбіоз дозволяє не лише задовольнити смаки широкого кола споживачів, але й сформувати унікальну ідентичність закладу, яка приваблює як туристів, так і місцеву аудиторію. Цей підхід передбачає не механічне поєднання страв різних кухонь, а ретельне, концептуальне їх інтегрування, що відповідає культурним очікуванням і естетичним потребам гостей [12].

Місцева кухня є носієм національної ідентичності, що виявляється не тільки в наборах інгредієнтів, а й у способах приготування, стилі подачі, символіці страв. Для гостей з-за кордону знайомство з локальною гастрономією є частиною загального враження від країни або регіону. Проте багато туристів одночасно шукають елементи звичних смаків. Саме тому ресторани міжнародного формату повинні знаходити баланс між збереженням кулінарного автентизму і втіленням інтернаціональних гастрономічних стандартів.

Таблиця 1.4 - Підходи до поєднання місцевих та міжнародних кулінарних традицій

Підхід	Суть методу	Потенційна вигода для ресторану
Локальні інгредієнти в інтернаціональній страві	Переосмислення класичної рецептури через місцевий продукт	Підкреслення «теруару», зниження витрат
Гібридні (fusion) позиції	Комбінація технік і спецій різних кухонь у новому блюді	Ефект новизни, PR-інфопривід
Тематичні гастроїжні	Тимчасове меню країни-партнера	Притік нових гостей, медійна увага
Сезонний «локал-ф'южн»	Місцеві сезонні продукти + глобальний смаковий акцент	Свіжість меню, стійкість закупівель
Кулінарні історії в описі страв	Коротка довідка про походження й культуру	Емоційний контакт, освітня функція

Поняття гастрономічної гібридизації стає дедалі популярнішим у ресторанному бізнесі. Воно передбачає створення нових страв шляхом поєднання елементів двох або більше кухонь. Наприклад, традиційна німецька картопляна запіканка може бути подана з японським теріякі-соусом або прянощами індійської кухні. Такі гібриди створюють ефект новизни, утримуючи водночас зв'язок із локальним середовищем [25].

Формування меню із поєднанням локального й інтернаціонального передбачає також врахування гастрономічного бекграунду цільової аудиторії. Наприклад, американський турист може бути зацікавлений у бургерах, але з місцевими ковбасками або сиром із регіональної ферми. Французький гість оцінить класичний крем-суп, приготований на основі локального бульйону або зі спеціями, характерними для німецької кухні. У такий спосіб заклад демонструє повагу до місцевої спадщини та водночас зберігає гастрономічну відкритість.

Окремої уваги заслуговують страви-інтерпретації, які дозволяють переосмислювати класичні рецепти через призму міжнародного досвіду. Наприклад, німецький шпундекезе (сирна закуска) може бути поданий з крекерами в американському стилі або з японськими міні-суші-ролами. Це не тільки збагачує меню, але й демонструє креативність кухарів, які трансформують традиційні рецепти, зберігаючи їх зміст і наповнюючи новими сенсами [5].

Збереження місцевої автентики в поєднанні з глобальними трендами можливе також через використання регіональних продуктів. Використання фермерського м'яса, локальних овочів, домашніх соусів і традиційного хліба не лише покращує якість страв, а й створює відчуття «місцевої унікальності». Для міжнародного гостя це додає ексклюзивності досвіду харчування, адже він отримує можливість скуштувати продукт, який неможливо спробувати деінде.

Важливою складовою інтернаціоналізації меню є гнучкість у формуванні порцій. Наприклад, для азіатських гостей притаманним є

замовлення кількох малих страв для спільного споживання, тоді як європейські туристи частіше надають перевагу класичній формулі: закуска – основна страва – десерт. Меню, яке дозволяє комбінувати локальні елементи в різних форматах, сприяє розширенню функціоналу ресторанного обслуговування [13].

Ще одним ефективним прийомом є створення тематичних гастрономічних заходів: «вечір італійської кухні з німецьким акцентом», «український борщ із французьким багетом», «мексиканське тако з локальним соусом». Такі події дають можливість експериментувати з поєднанням традицій, а також аналізувати відгуки гостей і коригувати основне меню згідно з їхніми смаками [13].

Інноваційність в інтернаціональному підході до формування меню також проявляється у застосуванні сучасних технік приготування, таких як су-від, молекулярна кухня або ф'южн. Поєднання локального рецепту з високими технологіями дозволяє вивести знайому страву на новий рівень. Наприклад, класичний шніцель може бути приготований у вакуумі, зберігаючи максимум смаку і текстури, а потім поданий із екзотичними соусами або гарніром із іншої кухні світу.

Важливо наголосити, що поєднання локального і глобального — це не лише про гастрономію, а й про ідеологію. Ресторан, що інтегрує міжнародні підходи до локального контексту, демонструє відкритість до діалогу, здатність до інновацій, а також повагу до традицій. Це створює ціннісний фундамент для довгострокових стосунків із гостями, зокрема міжнародними.

У процесі поєднання культур варто уникати стереотипів та «екзотизації». Наприклад, японську кухню не варто зводити до лише суші, італійську — до пасти, а українську — до борщу. Сучасний підхід передбачає глибше занурення в культуру, вивчення гастрономічних особливостей, сезонності продуктів, локального контексту. Тільки так поєднання буде органічним і справді привабливим [14].

При формуванні інтернаціонального меню важливо враховувати дієтичні запити, що є поширеними серед споживачів різних культур. Зокрема, гості з різних країн можуть очікувати наявності варіацій страв без глютену, лактози, з пониженим вмістом цукру або натрію. Такі очікування часто не пов'язані з модою чи локальними тенденціями, а з поширеною у світі практикою харчової усвідомленості, профілактики хронічних захворювань та релігійних або медичних обмежень. У зв'язку з цим адаптація традиційних страв під вимоги здорового харчування є актуальним елементом міжнародного підходу до проектування меню [24].

Ще один вектор — це культурна освіта гостей. Через страви можна доносити історії, легенди, особливості регіону. Наприклад, у меню можна зазначити, що певна страва була притаманною для робітників Кельна в XIX столітті або походить із сільської традиції Північної Рейн-Вестфалії. Такий підхід формує емоційний зв'язок і сприяє залученню до культурного простору [21].

Розробка поєднаного меню потребує участі шеф-кухаря з досвідом у різних кулінарних школах. Саме такі фахівці здатні правильно поєднати смаки, не зруйнувавши ані локального духу, ані інтернаціональної естетики. Вони також можуть навчати персонал, розробляти сезонні оновлення меню, працювати з локальними виробниками продуктів.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ РЕСТОРАНУ «BELEVUE»

2.1. Організаційно-економічна характеристика ресторану «Belevue»

Ресторан «Belevue» розташований на верхньому поверсі одного з найвідоміших готельних закладів Німеччини — Maritim Hotel Köln, що знаходиться в самому серці міста Кельн. Вигідне розташування з панорамним видом на Рейн та Кельнський собор робить ресторан привабливим як для туристів, так і для бізнес-гостей. Готель належить до мережі Maritim Hotels, що має репутацію високого рівня обслуговування, зокрема в сегменті MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions), і це безпосередньо впливає на специфіку ресторанного сервісу.

Ресторан «Belevue» функціонує як повноцінний ресторан при готелі, що обслуговує як постояльців, так і зовнішніх гостей. Він спеціалізується на класичній європейській кухні з елементами локальної гастрономії, зокрема регіональних німецьких страв. При цьому заклад активно впроваджує елементи міжнародної кухні для задоволення запитів мультикультурної аудиторії.

Згідно з внутрішньою структурою, ресторан має чіткий розподіл управлінських функцій, що базуються на принципах готельного менеджменту. Загальне управління здійснює директор ресторанного напрямку, який підпорядковується генеральному менеджеру готелю. Безпосереднє керівництво щоденними процесами веде менеджер ресторану, який координує діяльність кухні, обслуговуючого персоналу та адміністративного блоку. В організаційній структурі виділяються окремі посади: шеф-кухар, су-шеф, офіціанти, сомельє, адміністратори (рис.2.1).

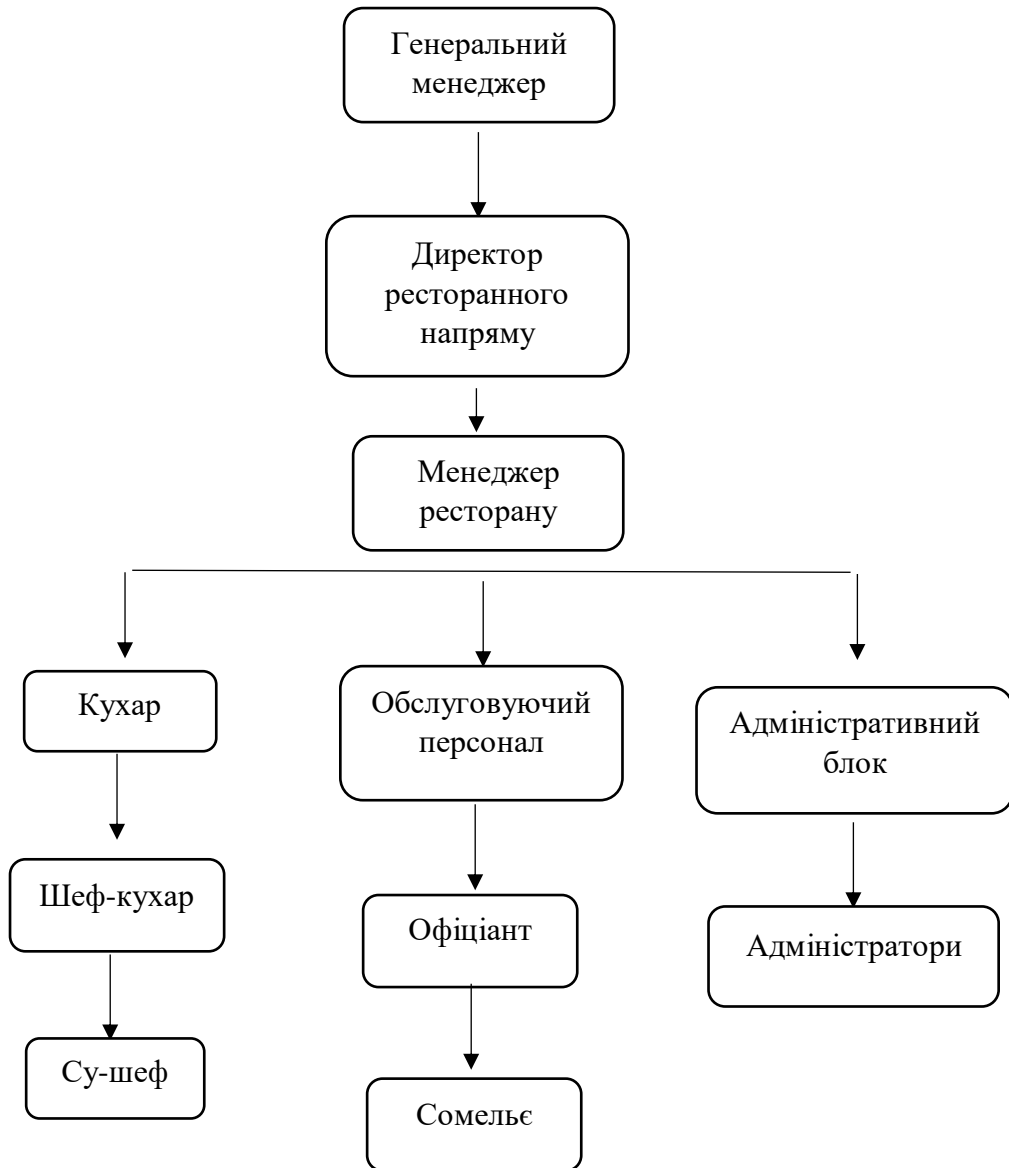


Рисунок 2.1 - Організаційна структура ресторану «Belevue»

У структурі ресторанного підприємства важливе місце посідає чіткий розподіл функціональних обов'язків між працівниками, що забезпечує ефективну координацію всіх етапів обслуговування гостей. Організаційна структура сучасного ресторану, орієнтованого на міжнародних відвідувачів, передбачає наявність спеціалізованих посад, зокрема тих, які відповідають за комунікацію, інтернаціональну культуру обслуговування та гастрономічний супровід. У табл. 2.1. представлена штатна структура персоналу ресторану з розподілом обов'язків.

Таблиця 2.1 - Аналіз кадрової структури та основних обов'язків персоналу ресторану «Belevue»

Посада	Кількість працівників, осіб	Основні обов'язки
Директор ресторанного напрямку	1	Стратегічне управління, підпорядкування GM
Менеджер ресторану	1	Керівництво щоденними операціями
Шеф-кухар	1	Формування меню, контроль кухні
Су-шеф	2	Асистування шеф-кухарю
Офіціанти	10	Обслуговування гостей
Адміністратори	2	Зустріч гостей, бронювання
Сомельє	1	Робота з винною картою, рекомендації напоїв

Глибоке вивчення конкурентного середовища дозволяє ресторану «Belevue» не лише краще розуміти динаміку ринку, а й вчасно реагувати на зміну гастрономічних трендів, запроваджувати адаптаційні рішення в меню та підвищувати якість сервісу для міжнародних гостей. У таблиці 2.2 представлено порівняльний аналіз конкурентів ресторану «Belevue» у місті Кельн, який враховує фактори інтернаціоналізації меню, мовної доступності, культурної чутливості та загальної концепції обслуговування.

Таблиця 2.2 - Аналіз ринкових позицій конкурентів ресторану «Belevue»

Назва закладу	Кухня	Мовна адаптація меню	Міжнародне позиціонування	Наявність дієтичних/релігійних опцій	Середній чек, €
Belevue (Maritim Hotel)	Європейська + локальна	DE, EN, FR, AR, JA	Високий рівень адаптації	Vegan, GF, Halal, Kosher	45–60
Osman 30	Середземноморська + турецька	DE, EN	Помірне	Halal, вегетаріанське	55–70
maiBeck	Авторська німецька	DE, EN	Обмежене	Локальні варіанти	60–75
Mongo's Köln	Азійський ф'южн	DE, EN	Високе	Vegan, Gluten Free	35–50
Okinii Köln	Японська кухня	DE, EN, JP	Високе	Vegan, Fish-only	40–55

Економічна модель функціонування ресторану побудована на принципі рентабельного самоутримання із частковим покриттям внутрішніх витрат готелю за рахунок виручки від харчування постояльців. Усі витрати на

закупівлю продуктів, утримання персоналу, маркетинг та обслуговування устаткування обліковуються окремо, відповідно до стандартів управлінського обліку, прийнятих у Maritim Hotels. Це дозволяє здійснювати щомісячний аналіз ефективності та виявляти точки росту або проблемні зони.

За типом ресторан «Belevue» належить до середньоцінової категорії з елементами преміального сервісу. Середній чек становить близько 45–60 євро на людину, при цьому близько 70% гостей формуються за рахунок гостей готелю, а решта — це мешканці Кельна та бізнес-туристи, які відвідують заклад у рамках заходів. Таке поєднання дозволяє ефективно планувати закупівлі, оптимізувати меню та адаптувати обслуговування під різні типи гостей.

Однією з ключових переваг ресторану, орієнтованого на міжнародних гостей, є наявність інтернаціонального персоналу, який володіє кількома іноземними мовами. Це не лише підвищує рівень сервісу, а й дозволяє враховувати культурні відмінності в обслуговуванні. Здатність персоналу ефективно комунікувати з відвідувачами різних національностей знижує ризик непорозумінь, підвищує рівень задоволеності клієнтів і сприяє формуванню позитивного іміджу закладу. У таблиці 2.3 нижче подано характеристику мовних та культурних компетенцій основного персоналу ресторану.

Таблиця 2.3 – Аналіз міжнародних компетенцій персоналу ресторану «Belevue»

Категорія персоналу	Кількість осіб	Знання мов	Участь у міжкультурних тренінгах	Рівень комунікаційної адаптованості*
Офіціанти	10	EN, DE, FR, ES	Так	Високий
Адміністратори	2	EN, DE, AR, RU	Так	Високий
Менеджер ресторану	1	EN, DE, FR, IT	Так	Високий
Сомельє	1	EN, FR, DE	Частково	Середній
Су-шефи	2	EN, DE	Частково	Середній
Шеф-кухар	1	EN, DE, ES	Так	Високий

На сучасному етапі розвитку ресторанного сервісу технологічне оснащення кухні відіграє ключову роль у забезпеченні стабільної якості страв, особливо в умовах обслуговування міжнародного контингенту гостей. Високий рівень організації кухонного процесу передбачає використання обладнання, що відповідає світовим стандартам: конвекційні печі, пароварки, шоківі охолоджувачі, вакуумні установки для су-від готування тощо. Такі технології дозволяють не лише дотримуватись кулінарної точності, але й зберігати поживну цінність продуктів, оперативно реагуючи на збільшення навантаження у години пік, що особливо важливо для ресторанів у готельному секторі з непередбачуваною динамікою відвідування.

Асортимент страв у ресторані «Belevue» включає понад 60 найменувань, які поділяються на категорії: сніданки, обіди, вечері, десерти, алкогольні й безалкогольні напої. Більшість страв мають опис англійською та німецькою мовами. Це відповідає сучасним вимогам гастрономічного обслуговування гостей із різних країн.

Таблиця 2.4 – Аналіз структури меню ресторану «Belevue» з урахуванням інтернаціональних стандартів

Категорія страв	Кількість найменувань	Наявність опису англійською/німецькою	Типові інтернаціональні позиції
Сніданки	12	Так / Так	Omelette with herbs, German Frühstück, Croissant set
Обіди (гарячі страви)	15	Так / Так	Wiener Schnitzel, Chicken curry, Lasagna
Вечері (гарячі страви)	14	Так / Так	Grilled salmon, Roast beef, Miso-glazed tofu
Десерти	8	Так / Частково	Crème brûlée, Tiramisu, Cheesecake
Алкогольні напої	6	Так / Так	Riesling, Merlot, Cognac XO
Безалкогольні напої	7	Так / Так	Matcha latte, Espresso doppio, Fresh orange juice
Усього	62	—	—

З точки зору закупівель, пріоритет надається локальним постачальникам — фермерським господарствам, рибним кооперативам, виноробням Рейнської області. Проте для реалізації інтернаціонального меню ресторан також

імпортує специфічні продукти (соуси, спеції, морепродукти) з Франції, Італії, Норвегії, Японії. Такий підхід дозволяє забезпечити автентичність страв міжнародної кухні, не жертвуючи якістю.

Фінансова діяльність ресторану контролюється внутрішнім бухгалтерським відділом готелю. Використовується програмне забезпечення ііко та Micros, що дозволяє вести облік замовлень, аналізувати середній чек, обліковувати запаси та оптимізувати навантаження на персонал. Це підвищує прозорість і точність економічних розрахунків.

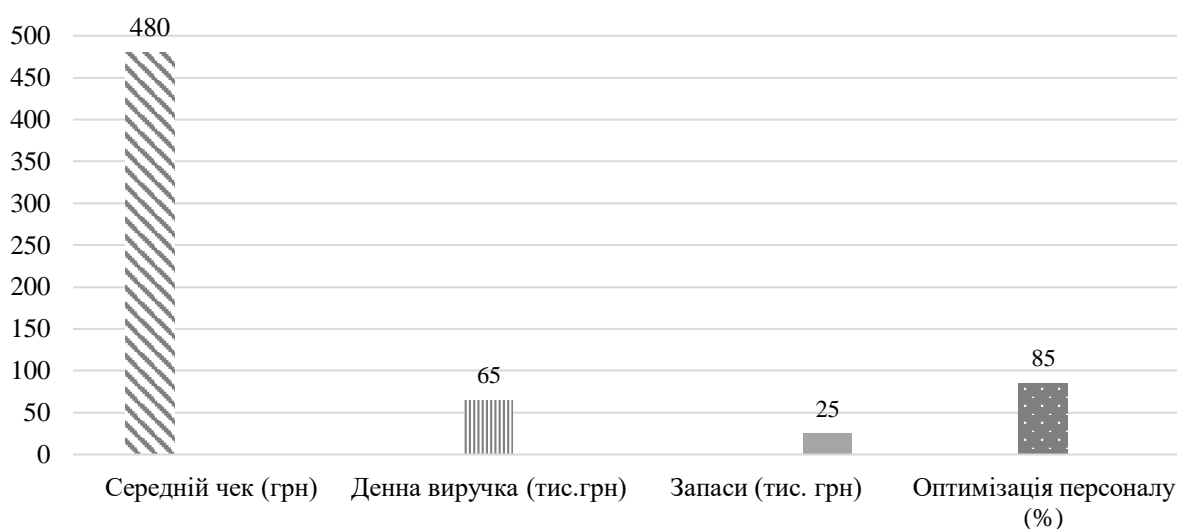


Рисунок 2.2 - Аналіз фінансових показників ресторану «Belevue»

Ресторан також активно залучає гостей через маркетингові канали готелю — флаєри, електронні розсилки, пропозиції у вигляді пакетних послуг «готель + вечеря». Особливу роль відіграє інстаграм-акаунт та TripAdvisor, де заклад має високий рейтинг завдяки якісному обслуговуванню й адаптованому під міжнародного гостя меню.

Аналіз національного складу гостей ресторану дозволяє краще зрозуміти специфіку культурних запитів і сформувати ефективну гастрономічну стратегію. Статистичні дані свідчать, що основну частку іноземних відвідувачів становлять туристи з країн Північної Америки, Західної Європи та Азії. Перевага гостей зі США (22%), Франції (18%) та Великої Британії (16%) вказує на необхідність включення у меню

інтернаціональних страв, зрозумілих цим категоріям споживачів. Високий відсоток відвідувачів з Італії, Японії та Канади також формує попит на адаптовані гастрономічні позиції з урахуванням кулінарних стандартів відповідних країн. У таблиці нижче подано розподіл гостей ресторану за національною ознакою:

Таблиця 2.5 – Аналіз національного складу іноземних гостей ресторану «Belevue»

Країна	Частка серед гостей, %
США	22
Франція	18
Велика Британія	16
Італія	14
Японія	10
Канада	8
Інші (понад 24 країн)	12

У структурі обслуговування важливу роль відіграє високий рівень автоматизації процесів: електронне меню, система бронювання, попереднє замовлення на банкети та конференції. Це особливо актуально для ділових гостей, які часто є постійними відвідувачами ресторану під час заходів, організованих у конференц-залі готелю.

Оцінюючи загальну організаційно-економічну модель ресторану «Belevue», слід зазначити її відповідність міжнародним стандартам. Заклад успішно поєднує функції гастрономічного сервісу, брендового позиціонування та культурної комунікації. Це створює позитивне тло для подальшої адаптації меню з урахуванням етнокультурних та гастрономічних запитів міжнародної цільової аудиторії.

2.2. Аналіз контингенту відвідувачів ресторану «Belevue»

Аналіз контингенту відвідувачів ресторану є ключовим етапом у процесі адаптації меню до культурних очікувань міжнародної аудиторії. Ресторан «Belevue» при готелі Maritim Köln приймає гостей з різних країн, і тому

вивчення їхніх гастрономічних переваг, звичок харчування, культурних особливостей і очікувань є основою для формування ефективної гастрономічної стратегії. Для цього було використано як кількісні показники, отримані під час практики, так і якісні спостереження, анкетування та консультації з персоналом.

Згідно з узагальненими статистичними спостереженнями адміністрації ресторану, проведеними протягом останнього року на основі даних систем бронювання, реєстрації відвідувачів та обліку замовлень, основний контингент гостей поділяється на три ключові категорії. Найчисельнішою групою є туристи, які становлять 65% усіх відвідувачів. До цієї категорії входять як індивідуальні мандрівники, так і невеликі туристичні групи. На другому місці за чисельністю перебувають бізнес-гості (25%) — учасники конференцій, ділових зустрічей, виставкових заходів. 10% складають постійні місцеві мешканці, які обирають ресторан завдяки його репутації, якості сервісу та зручному розташуванню.

Таблиця 2.6 - Структура контингенту відвідувачів ресторану «Belevue»

Категорія відвідувачів	Частка від загального потоку, %	Основні характеристики
Туристи	65%	Індивідуальні мандрівники, культурний туризм
Бізнес-гостей	25%	Учасники конференцій, офіційні делегації
Місцеві мешканці	10%	Постійні гостей, прихильники кухні

Серед туристів помітно домінують громадяни країн Європейського Союзу (Франція, Іспанія, Нідерланди, Італія), а також туристи з США, Канади, Японії та Південної Кореї. У меншій кількості — відвідувачі з арабських країн, Китаю, Індії та Австралії. Така географічна строкатість обумовлює високі вимоги до універсальності й гнучкості ресторанного обслуговування. Кожна культура має свої харчові обмеження, звички, ритуали, що мають бути враховані при формуванні меню.

Бізнес-гостей становлять близько 25% загального обсягу відвідувачів. Вони зазвичай приїждять для участі у виставках, конференціях або корпоративних подіях, які регулярно проводяться в готелі Maritim Köln. Такі гості пред'являють високі вимоги до якості обслуговування, пунктуальності, презентаційності страв. Часто вони очікують швидкого ланчу або ж організованих обідів і вечерь за заздалегідь обраним меню, адаптованим до міжнародного формату.

Відвідувачі з числа місцевих мешканців — постійна аудиторія ресторану, яка, хоч і не така чисельна (близько 10%), але забезпечує сталу завантаженість у будні дні. Їхня роль у контексті адаптації меню полягає у потребі поєднувати інтернаціональні тенденції зі збереженням локальних смакових очікувань, адже ці гості звикли до традиційних німецьких страв.

Середній вік відвідувачів становив 35–55 років, що відповідає демографічному профілю активних мандрівників та ділових гостей. Основна частина гостей очікує страви в межах 15–30 євро за основну позицію, при цьому готова доплатити за якість, презентацію, локальний компонент чи вегетаріанський варіант.

У сучасному міжнародному ресторанному сервісі спостерігається зростаючий рівень обізнаності гостей щодо якості та походження інгредієнтів. Згідно з відкритими даними світових гастрономічних звітів та аналітики споживчих переваг, понад 40% відвідувачів ресторанів у Європі, Північній Америці та Японії звертають увагу на такі характеристики страв, як органічне походження, локальність продуктів, відсутність глютену або лактози. Близько 25% респондентів регулярно обирають вегетаріанські або веганські страви, що свідчить про зростання значущості етичних, екологічних і дієтичних факторів у харчовому виборі. Така тенденція створює додаткові вимоги до адаптації меню з урахуванням не лише кулінарних, а й світоглядних запитів гостей.

У сфері інтернаціонального ресторанного сервісу важливим аспектом є мовна доступність меню. Для більшості іноземних гостей основною мовою спілкування є англійська, тому саме її вони очікують побачити в описах страв.

Крім того, важливо, щоб меню супроводжувалося чіткими поясненнями інгредієнтів, зазначенням потенційних алергенів і використанням універсальних піктограм — наприклад, для позначення гострих страв, вегетаріанських опцій, страв без глютену, а також позначень "halal" або "no pork". Особливу увагу також варто приділяти культурно обумовленим обмеженням у харчуванні. Для деяких груп гостей (наприклад, мусульманських, індуїстських або буддистських туристів) критично важливо, щоб меню не містило свинини, алкоголю або яловичини — або щоб ця інформація була чітко позначена.

Таблиця 2.7 – Очікування іноземних гостей щодо меню в міжнародному ресторані

Аспект меню	Очікування гостей	Причини / Коментарі
Основна мова	Англійська	Універсальна мова міжнародної комунікації
Додаткові мови	Німецька, французька, іспанська	Залежить від контингенту гостей
Пояснення інгредієнтів	Обов'язково	Для запобігання алергічним реакціям, уточнення складу
Піктограми	Гостре, веганське, halal, без глютену, no pork	Швидке орієнтування в меню
Культурні обмеження	Врахування у складанні меню (без алкоголю, без свинини)	Особливо важливо для гостей із мусульманських країн, Індії, Ізраїлю

Рівень задоволеності відвідувачів залежить не лише від смакових якостей страв, а й від відповідності меню їхнім гастрономічним звичкам. Наприклад, американські туристи очікують великі порції й можливість обрати соуси та гарніри окремо. Французи звертають увагу на поєднання вина та страви, тоді як японці високо оцінюють оформлення та посуд. Такі спостереження були враховані в аналітичній таблиці вподобань.

Окремі групи іноземних гостей, зокрема з мусульманських країн, виявляють чіткий запит на страви, що відповідають стандартам халяльного харчування. У нинішньому меню такі позиції відсутні або не марковані відповідним чином, що може створювати труднощі у виборі страв для цієї категорії відвідувачів. Аналогічно, для гостей з Індії важливою є наявність

страв без яловичини, що пов'язано з релігійними переконаннями. Відсутність цих опцій у стандартному наборі пропозицій вказує на потребу розробки окремого підменю або розширення асортименту з урахуванням релігійних та культурних обмежень. Такий крок не лише продемонструє повагу до цінностей гостей, але й сприятиме формуванню позитивного іміджу закладу як міжнародно орієнтованого ресторану.

Таблиця 2.8 - Гастрономічні очікування гостей з різних країн

Країна походження гостя	Типові гастрономічні очікування	Особливі вимоги
США	Великі порції, соуси окремо	Без глютену, опція «all-in-one meal»
Франція	Поєднання страв і вина	Сезонні інгредієнти, локальність
Японія	Мінімалізм, вишукана подача, свіжі морепродукти	Часто без м'яса, особливе оформлення
Індія	Вегетаріанські страви без яловичини	Піктограми щодо складу
арабські країни	Відсутність свинини та алкоголю	Халяль, культурна адаптація

За спостереженнями офіціантів та адміністратора ресторану, значна частина гостей повертається до закладу повторно, що свідчить про високий рівень лояльності до бренду. Найвищий показник повторних візитів спостерігається серед бізнес-гостей (близько 70%), які відвідують готель у рамках міжнародних конференцій, виставок або ділових подій. Саме ця категорія активно користується бізнес-ланчами, тематичними фуршетами та спеціальними пропозиціями, які мають бути адаптовані до міжнародних гастрономічних стандартів. Менш стабільну, але також присутню лояльність демонструють туристи (30%) та місцеві мешканці (10%).

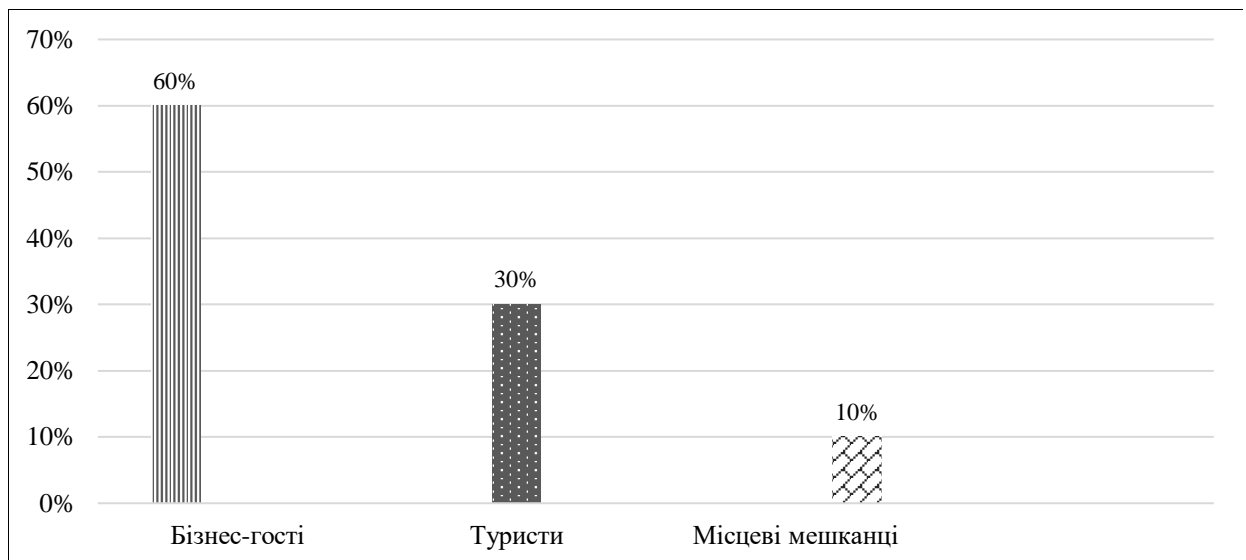


Рисунок 2.3 - Частка гостей, які повертаються до ресторану «Belevue»

Загальна культура споживання також є предметом аналізу: у гостей з США чи Канади переважає традиція «all-in-one meal», тоді як у європейців — послідовна структура харчування (starter, main course, dessert). Для багатьох азіатських туристів прийнятно споживати лише рисові або рибні страви. Все це формує запит на гнучкість і варіативність пропозицій, а не жорстко фіксоване меню.

Загалом можна констатувати, що ресторан «Belevue» обслуговує культурно й гастрономічно різномірну публіку. Сегментація за країною походження, віком, стилем споживання та дієтичними запитам дозволяє більш точно адаптувати меню та сервіс. Це особливо важливо в умовах високої конкуренції на ринку готельно-ресторанних послуг великих європейських міст.

2.3. Аналіз поточного меню щодо відповідності потребам міжнародних гостей в ресторані «Belevue»

Меню ресторану є не лише переліком страв, але й потужним інструментом культурної комунікації між закладом і гостем. У ресторані «Belevue», що функціонує при готелі Maritim Köln, меню відіграє ключову

роль у формуванні першого враження про якість сервісу, а також виступає як показник культурної чутливості до потреб іноземних гостей. Саме тому важливо проаналізувати чинне меню з погляду його відповідності мультикультурній аудиторії.

Поточне меню ресторану «Belevue» умовно поділяється на декілька частин: сніданкове, обіднє та вечірнє меню, а також окремі сторінки з винами, десертами та спеціальними пропозиціями. Змістовно базується на принципах класичної європейської кухні з елементами локальних традицій, що типово для закладів такого формату. Водночас рівень його відповідності гастрономічним очікуванням міжнародних гостей є частково обмеженим.

У сніданковому меню представлені традиційні німецькі позиції — ковбаси, сири, випічка, яйця, а також елементи континентального та англійського сніданку (бекон, фасоль, грильовані овочі). Позитивним є наявність мюслі, безлактозного молока та фруктових салатів, що враховують здорове харчування. Проте вибір для осіб з релігійними обмеженнями (наприклад, мусульман або індуїстів) обмежений і не завжди маркований.

Обіднє меню ресторану «Belevue» містить традиційні європейські позиції — крем-супи, тартари, яловичину у винному соусі, рибу на пару, пасту з лососем та салат з козячим сиром. Вони виконані за класичними технологіями континентальної кухні та орієнтовані на вподобання середньостатистичного європейського відвідувача. Однак меню не включає характерні позиції середземноморської, азійської або близькосхідної кухонь, що знижує рівень його універсальності та обмежує інтернаціональну привабливість. Нижче представлено умовний розподіл популярності страв в обідньому меню:

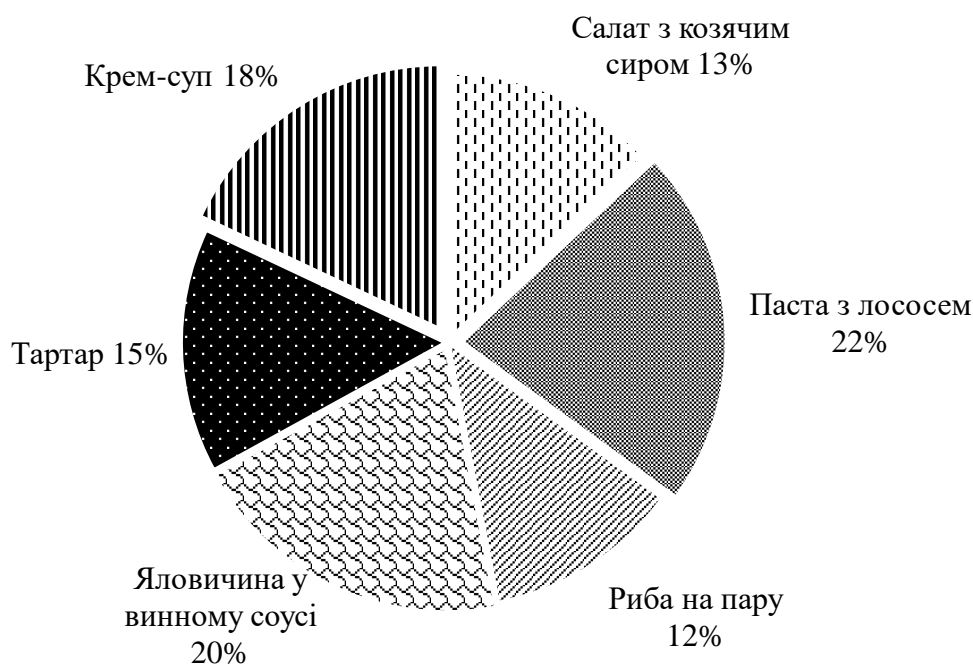


Рисунок 2.4 - Структура популярних страв обіднього меню ресторану «Belevue»

Серед переваг варто відзначити чітке маркування страв англійською мовою, наявність піктограм (вегетаріанські, гострі, без глютену), а також інформативність щодо основних інгредієнтів. Це значно полегшує вибір для іноземних гостей. Утім, відсутність описів щодо походження продукту або культурного контексту страв знижує емоційне залучення та інтерес до меню як до гастрономічного продукту.

Особливе місце в меню посідають м'ясні страви, де домінує яловичина, свинина та птиця. Більшість страв подаються із соусами на основі вершків або вина. Таке позиціонування орієнтоване на європейську гастрономічну традицію, але не враховує специфіки харчових обмежень деяких категорій гостей — зокрема, представників мусульманських або індуїстських країн, які не вживають свинину чи яловичину.

Десертне меню пропонує класичні страви, такі як тірамісу, штрудель, шоколадний фондан, крем-брюле. Вибір є смачним і візуально привабливим, але не представлено десертів без лактози або цукру, що важливо для гостей із діабетом, алергією або на дієті. Також немає сезонних або національних

солодощів, що могли б підкреслити індивідуальність кухні та її відкритість до мультикультурності.

Список напоїв — одна з найсильніших сторін ресторану. Винна карта сформована з урахуванням міжнародної гостей — представлено вина Франції, Італії, Іспанії, Німеччини, Нової Зеландії, Чилі. Присутні також місцеві вина Рейнської долини, що є вдалим поєднанням глобального та локального. Проте в меню відсутні традиційні напої інших регіонів, наприклад, японський sake, грузинське вино, арабські або індійські безалкогольні напої, що могло б збагатити враження іноземних гостей.

Детальний аналіз обслуговування виявив одну з ключових проблем — обмежену адаптацію формату подачі страв до гастрономічних традицій різних країн. Зокрема, серед гостей з Азії поширеним є очікування формату «sharing dishes», коли кілька невеликих страв подаються одночасно для всієї компанії й споживаються колективно. У ресторані ж «Belevue» переважає класичний європейський підхід — індивідуальне порціонування. Крім того, відсутні дегустаційні сеті та міні-порції, які популярні серед туристів і бізнес-гостей, що бажають спробувати різні страви в обмеженому часовому або калорійному форматі. Урахування таких особливостей є важливою умовою підвищення привабливості закладу для іноземної аудиторії.

Ще одним аспектом є тематика подачі та оформлення. Страви подаються в класичному стилі *fine dining*, що відповідає європейським стандартам. Проте для багатьох гостей із Азії, Близького Сходу чи Південної Америки естетика їжі має культурно обумовлені особливості: вони очікують яскраві кольори, мінімалізм, багат шаровість або певну симетрію в подачі — ці очікування не завжди враховано в поточному форматі.

Позитивною практикою є наявність сезонного меню, яке змінюється щокварталу та враховує свіжі локальні продукти. Це відповідає гастрономічному тренду «локалізації», популярному в західних країнах. Але й тут не використовується потенціал подачі локальних страв у міжнародному

контексті, наприклад, німецький шпецле з азіатським соусом або фламмкухен з італійською начинкою.

Аналіз взаємодії гостей з персоналом показав, що значна частина іноземних відвідувачів виявляє бажання індивідуалізувати страви відповідно до особистих уподобань або дієтичних вимог. Найчастіше запити стосуються заміни гарніру або виключення окремих інгредієнтів. Також фіксуються звернення щодо безглютенового або безлактозного приготування. Водночас повноцінні опції за типом «build your own dish», тобто можливість самостійно сформувати страву з доступних компонентів у меню відсутні. Це вказує на потребу в більш гнучкому та клієнтоорієнтованому підході, який є поширеним у міжнародному гастрономічному сервісі.

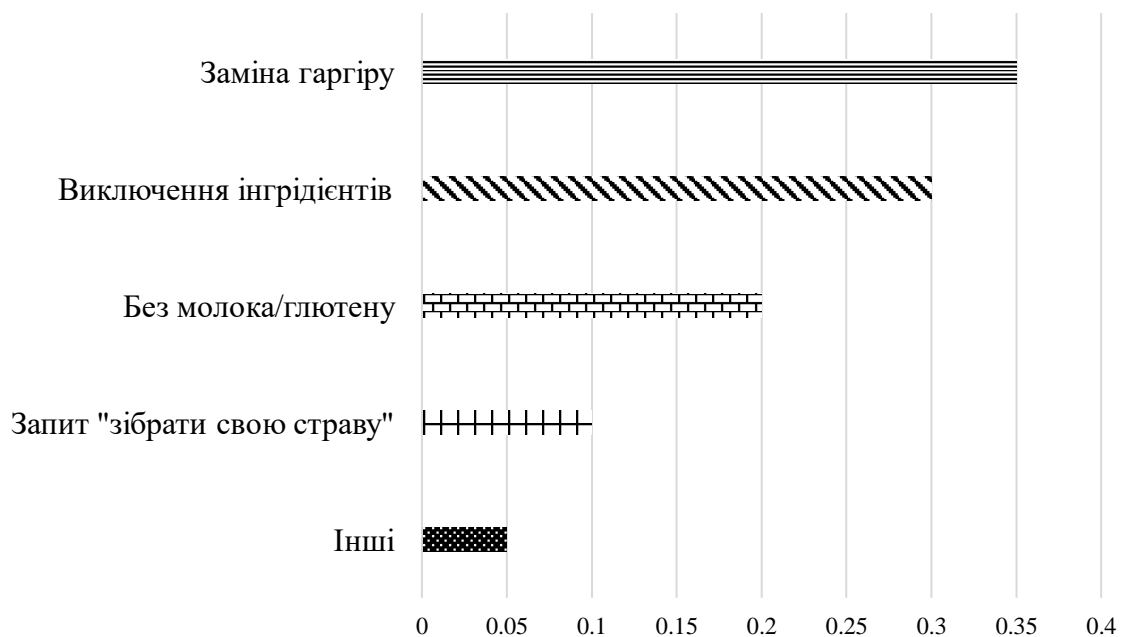


Рисунок 2.5 - Запити гостей на індивідуалізацію страв у ресторані «Belevue»

Також варто звернути увагу на мовну політику: хоча англійська версія меню доступна, переклад часто надто буквальний або стислий, без додаткових пояснень. Це знижує емоційне сприйняття страви та не дозволяє іноземному гостю відчувати автентичність досвіду. Відсутні QR-коди з фото або відео подачі — цифрові елементи, які є поширеним інструментом у багатьох сучасних ресторанах.

У контексті маркетингових очікувань міжнародних гостей, поточне меню ресторану «Belevue» демонструє обмежену мультикультурну адаптацію. Зокрема, у ньому відсутні страви, характерні для країн, з яких походять значна частина відвідувачів. Наприклад, немає арабських мезе, азійських супів, традиційних східноєвропейських закусок, що могли б слугувати культурними «маяками» для гостей. Включення таких позицій не лише зміцнило б емоційний зв'язок між рестораном і гостем, а й відкрило б можливості для реалізації тематичних гастрономічних тижнів — популярної практики у світовій індустрії HoReCa. Аналіз наявних елементів мультикультурної присутності представлено в таблиці 2.9.

Таблиця 2.9 - Оцінка мультикультурної адаптації меню ресторану «Belevue»

Критерій оцінки	Наявність у меню	Примітки
Азійські страви	-	Відсутні спеціальні пропозиції
Близькосхідні опції	-	Немає страв без свинини чи халяль
Мови меню	Англійська, німецька	Переклад є, але потребує доопрацювання
Іконки/пиктограми	+	Веган, без глютену, гостре
Фото/QR-коди	-	Відсутні в меню

Тож, результати аналізу ресторанного обслуговування в «Belevue» засвідчують необхідність системної адаптації гастрономічної пропозиції до культурних та релігійних очікувань міжнародної аудиторії. Недостатня гнучкість у форматі подачі страв, обмежений вибір адаптованих опцій та неврахування культурних особливостей окремих груп споживачів знижують потенціал ресторану в умовах конкурентного ринку. Саме тому наступний розділ роботи буде присвячено розробці стратегічних пропозицій з удосконалення меню з урахуванням мультикультурного компоненту.

РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ З АДАПТАЦІЇ МЕНЮ ДЛЯ МІЖНАРОДНИХ ГОСТЕЙ В РЕСТОРАНІ «BELEVUE»

3.1. Рекомендації щодо врахування особливостей меню до культурних запитів в ресторані «Belevue»

Одним із ключових чинників конкурентоспроможності ресторанного закладу, орієнтованого на міжнародну аудиторію, є здатність адаптувати гастрономічну пропозицію до різноманітних культурних, релігійних та запитів. В умовах глобалізації ресторан «Belevue» при готелі Maritim Köln має всі передумови для формування інноваційної, багатокультурної стратегії меню. На основі проведеного аналізу виявлено низку напрямів, які потребують корекції з метою підвищення лояльності іноземних гостей.

Першим кроком до ефективної адаптації гастрономічної пропозиції є впровадження сегментованого підменю, орієнтованого на окремі категорії міжнародних гостей — мусульман, індуїстів, єврейських гостей. Така структура дозволяє зробити вибір простішим і зрозумілішим, водночас поважаючи кулінарні традиції, релігійні обмеження й індивідуальні харчові потреби. Візуальне й смислове розділення таких підменю також сприяє формуванню емоційної лояльності до закладу з боку гостей, які відчують увагу до своїх культурних цінностей.

Рекомендовані назви підменю можуть включати такі рубрики, як «Halal-Friendly», «Hindu Choice», «Jewish Kosher Selection», «Vegan & Gluten-Free», «Kid's Favourites» тощо. Назви повинні бути уніфіковані стилістично й зрозумілі незалежно від рідної мови гостя.

Для зміцнення інтернаціональної привабливості меню ресторану «Belevue» доцільно системно переглянути наявний асортимент з урахуванням гастрономічних очікувань ключових туристичних груп. Сьогоднішні мандрівники дедалі частіше шукають не просто їжу, а можливість доторкнутися до рідної культури навіть у чужій країні. Саме тому варто

інтегрувати до основного меню елементи кулінарної спадщини таких країн, як Японія, Ізраїль, Мексика, Індія, Ліван, а також розвинути напрям східноєвропейських смаків для туристів з Польщі, Чехії, України. Наприклад, поява в меню японського раміну або місо-супу дозволить задовольнити смакові очікування гостей з Азії, тоді як арабські мезе (хумус, баба гануш), ізраїльські фалафелі чи мексиканські кесадильї стануть знайомими акцентами для туристів з Близького Сходу та Америки. Така інтернаціоналізація асортименту не тільки урізноманітнить пропозицію, а й допоможе сформувати атмосферу культурної відкритості та поваги до різноманітності.

Таблиця 3.1 - Рекомендовані формати адаптації меню до міжнародних культурних запитів

Категорія гостей	Назва підменю	Основні характеристики	Приклад страви
Мусульмани	«Halal-Friendly»	Відсутність свинини, сертифіковане халяльне м'ясо	Наси Горенг із куркою
Індуїсти	«Hindu Choice»	Відсутність яловичини, акцент на овочі та зернові	Дал із сочевиці з рисом басматі
Єврейські гості	«Jewish Kosher Selection»	Без свинини й молока в одній страві, кошерна сертифікація	Форшмак з мацою
Гості з Азії	«Asian Comfort Food»	Східні спеції, рисові або локшинові страви, легка текстура	Том Ям з овочами
Східноєвропейські туристи	«Eastern European Favourites»	Страви знайомі гостям з Польщі, Чехії, України	Борщ з пампушками
Гості з США та Канади	«American-Style Classics»	Класичні смаки: бургер, картопля фрі, сирний соус	BBQ-бургер із індичкою

З огляду на багатомовність та різноманітність клієнтури, важливо зробити навігацію в меню максимально простою, інтуїтивно зрозумілою та зручною. Для цього рекомендується запровадити систему візуального маркування за допомогою піктограм — спеціальних іконок, що вказують на харчові властивості та особливості страв. Наприклад, маркування «halal», «gluten-free», «spicy», «nut-free» тощо дозволяє іноземним гостям із релігійними обмеженнями без додаткових пояснень зорієнтуватися у виборі. Особливо

цінними ці маркування є для тих, хто не володіє англійською або німецькою мовами. Візуальні позначки можуть бути доповнені QR-кодами, які ведуть до коротких відео-описів страв, що створить додаткову привабливість та підвищить залучення до сервісу.

У зв'язку з багатонаціональним складом відвідувачів, актуальним є питання мовної доступності меню. Крім англійської та німецької, що вже використовуються в ресторані, доцільно запропонувати переклади ще принаймні на чотири мови, зокрема французьку, італійську, арабську та китайську. Ці мовні групи охоплюють основні туристичні потоки до Німеччини та значно полегшать орієнтування для гостей, які не володіють європейськими мовами. Забезпечення багатомовного меню не лише підвищує рівень комфорту, а й формує у відвідувачів враження культурної поваги, чуйності та високого рівня сервісу, що є важливою складовою у сфері міжнародного ресторанного бізнесу.

Варто також адаптувати структуру подачі страв до гастрономічних звичок різних національних груп. Так, наприклад, для відвідувачів з Японії, Китаю та Південної Кореї характерна традиція спільного споживання їжі, коли кілька страв подаються одночасно на стіл для всієї компанії. Тому варто передбачити опцію «sharing menu», де гості можуть обрати набір страв для колективного споживання. Крім того, великою популярністю серед туристів користуються дегустаційні сети, а також міні-порції, які дозволяють скуштувати кілька страв у межах одного прийому їжі. Такий формат особливо цінний для нових гостей, які ще не знайомі з меню й прагнуть експериментувати.

Індивідуалізація замовлень — ще один важливий аспект, який набуває значення в контексті інтернаціонального сервісу. Впровадження концепції «Build your own dish», тобто можливість самостійно комбінувати страву, обираючи її основу, соуси, гарніри та додаткові інгредієнти, дає гостям максимальний контроль над замовленням. Такий підхід особливо актуальний для людей з дієтичними обмеженнями, алергіями або релігійними заборонами.

Наприклад, гість може замінити м'ясо на рослинну альтернативу або прибрати інгредієнти, які не споживає через переконання. Це сприяє формуванню позитивного досвіду взаємодії та підвищенню лояльності.

Для кращого розуміння потреб клієнтів доцільно впровадити анкетування, що може здійснюватися в цифровому вигляді через планшет під час замовлення або у формі зворотного зв'язку після обіду. У такій анкеті можна з'ясувати, які національні кухні найцікавіші для гостей, чи мають вони харчові обмеження, які продукти споживають частіше, та чи є потреба у специфічних дієтах. Отримані результати дадуть змогу не лише краще адаптувати меню, а й формувати сезонні або подієві гастрономічні пропозиції, орієнтовані на фактичні побажання цільової аудиторії.

Окрему увагу слід приділити підготовці персоналу кожен офіціант повинен володіти базовими знаннями про складники страв, методи приготування, варіанти заміни інгредієнтів, а також бути обізнаним щодо алергенів. Персонал має чітко розуміти, які страви відповідають певним запитам, наприклад для мусульман. Окрім того, бажано проводити регулярні тренінги з міжкультурної комунікації, щоб працівники ресторану могли адекватно реагувати на запити гостей із різних країн, з повагою до їхніх традицій.

Слід зазначити, що адаптація меню до культурних очікувань міжнародної аудиторії не повинна сприйматись як короткочасна маркетингова кампанія. Це довгострокова стратегія, яка має бути закладена в основу філософії ресторану. Умовно кажучи, кожна страва повинна стати інструментом комунікації між брендом і гостем. Саме через їжу можна передати цінності поваги, відкритості, професіоналізму та культурної гнучкості, що є фундаментом успішного функціонування ресторану «Belevue» на конкурентному міжнародному ринку.

3.2. Розробка адаптаційного меню в ресторані «Belevue»

Процес адаптації меню в сучасному ресторані, що обслуговує міжнародних гостей, передбачає не лише розширення асортименту страв, а й глибоке осмислення культурних кодів, смакових звичок, релігійних заборон. У випадку ресторану «Belevue», розташованому в одному з туристичних центрів Німеччини, стратегія адаптації меню стає необхідністю для підвищення конкурентоспроможності та задоволення очікувань гостей з різних країн.

Однією з базових рекомендацій є поділ адаптованого меню на кілька блоків: «Міжнародна класика», «Регіональні смаки світу», «Кошерне/Халяль» (за попереднім замовленням). Такий поділ дозволить відвідувачам легко орієнтуватися у пропозиції, а закладу — формувати персоналізований підхід до обслуговування.

Таблиця 3.2 – Пропозиції щодо розробки адаптаційного меню в ресторані «Belevue»

Концептуальний напрям	Цільова аудиторія	Приклади страв	Особливості подачі
Міжнародна класика	Гості, що надають перевагу знайомим смакам	Лосось теріякі, лазанья, курка каррі	Локальні інгредієнти, ф'южн
Регіональні смаки світу	Гастротуристи	Шакшука, індійське рагу, індонезійські страви	Прапорець країни, історія страви
Кошерне / Халяль	Релігійні групи	Замовлення наперед, халяльне м'ясо, без свинини	Індивідуальне приготування

У межах блоку «Міжнародна класика» доцільно запропонувати страви, знайомі широкому загалу гостей, але у виконанні з локальними інгредієнтами.

Наприклад: Лосось теріякі з рисом жасминовим та овочами гриль (17.90 €), Курка каррі з кокосовим молоком і німецьким картопляним пюре (15.50 €), Італійська лазанья з соусом бешамель і локальним сиром (14.80 €).

У межах блоку «Регіональні смаки світу», який доцільно перейменувати на «Міжнародне смакове розмаїття», доцільно презентувати страви, що походять із найпоширеніших гастрономічних традицій світу. Такий підхід дозволяє ресторану не лише задовольнити смаки представників різних національностей, але й стати провідником у світ нових кулінарних вражень. Гості часто очікують побачити у меню знайомі страви зі своєї країни або ж відкрити для себе щось нове — і в обох випадках інтернаціональна кухня є мостом до позитивного досвіду.

До прикладу, до меню можуть бути включені такі позиції, як шакшука з яйцем пашот, томатами та хлібом на заквасці (Ізраїль) — 9.50 €, індонезійський наси горенг з куркою (Halal) — 15.90 €, або ж індійське овочеve рагу з рисом басматі та чатні з манго (веган) — 14.50 €. Усі ці страви є не лише популярними у світі, але й добре адаптуються до локальних інгредієнтів, що полегшує їх інтеграцію у кухню ресторану.

Окремої уваги потребує дитяче меню, яке повинно відповідати не тільки стандартам здорового харчування, а й бути візуально привабливим, інтерактивним і зрозумілим для дітей. Естетика і форма подачі тут грають важливу роль, адже вони здатні перетворити звичайну вечерю на маленьке гастрономічне свято.

Доцільно включити такі позиції, як піца «Сонце» (половинка) з овочами, моцарелою та обличчям із кетчупу — 6.50 €, «Веселий курчатко» — котлетка з індички, картопляне пюре у формі тваринки — 7.80 €, або ж фруктовий мікс у вафельному кошику з медовим соусом — 5.90 €. Такі страви водночас поживні, цікаві на вигляд і зручні у вживанні навіть для наймолодших відвідувачів.

Ще одним ключовим елементом мультикультурної адаптації є включення до меню регіональної кухні Німеччини, адже велика частина гостей прагне скуштувати саме автентичні місцеві страви. Це дозволяє туристам не лише на смак, а й через історію доторкнутися до німецької культури. До прикладу, до меню можна внести Weißwurst з брецелем та

солодкою гірчицею (Баварія), Sauerbraten – тушкована яловичина з кисло-солодким соусом (Рейнська область), Maultaschen – швабські пельмені з начинкою зі шпинату та м'яса (Швабія), а також Labskaus – пюре з картоплі, буряка та яловичини з оселедцем (Північна Німеччина). Біля кожної страви можна додати прапорець регіону або коротку примітку, на кшталт: «Традиційна страва Швабії, яку зазвичай подають на великодні свята». Це не лише інформує гостя, а й створює емоційний контекст для споживання.

Важливо також ретельно продумати візуальну структуру меню, зокрема шляхом впровадження кольорової системи. Така система є зрозумілою незалежно від мови, а також допомагає швидко зорієнтуватися у великій кількості пропозицій. У цифровій версії меню, зокрема в планшетах або QR-меню, варто реалізувати функції «переглянути інгредієнти» та «замінити компонент», що дозволить індивідуалізувати замовлення без додаткового звернення до персоналу.

Ціноутворення на адаптоване меню має бути обґрунтованим і прозорим. Пропонується встановити ціни на 10–15% вище за середні позиції стандартного меню, враховуючи складність приготування, використання сертифікованих інгредієнтів, а також креативний підхід до подачі. Водночас гість повинен відчувати додану цінність — не лише через смак, а й через історію, подачу, естетику та атмосферу, що супроводжує страву.

Інноваційною опцією є введення позиції «Страва тижня», яка може змінюватись щотижня залежно від національної чи культурної тематики. Наприклад, у червні — мексиканська енчілада, у липні — в'єтнамський суп фо, у серпні — грузинське чахохбілі. Такий підхід дозволяє зберігати динамічність у меню, спонукає гостей повертатися знову та надає шеф-кухарю простір для креативного самовираження.

Для забезпечення стабільності гастрономічної пропозиції важливо співпрацювати з постачальниками, які можуть гарантувати наявність інгредієнтів з відповідними сертифікатами (Halal, Kosher, Organic). Це

дозволяє уникнути перебоїв у поставках, забезпечує сталість якості та створює основу для тривалого мультикультурного меню.

Насамкінець, ключовим фактором успішної реалізації адаптованого меню є висококваліфікований персонал. Необхідно впровадити навчальні модулі для офіціантів, у межах яких вони отримають знання про склад кожної страви, можливість заміни компонентів, історичний або географічний бекграунд, а також особливості харчових потреб (релігійні обмеження). Такий підхід формує у гостей довіру до закладу, підвищує загальне враження від обслуговування та закладає основу для сталого розвитку ресторану «Belevue» у мультикультурному середовищі.

Таблиця 3.3 - Рекомендації щодо адаптації меню для міжнародних гостей в ресторані «Belevue»

Назва заходу	Зміст заходу	Очікуваний результат
Рекомендовано впровадження сегментованого підменю, орієнтованого на окремі категорії міжнародних гостей — мусульман, індуїстів, кашерна їжа	Формати адаптації меню до міжнародних культурних запитів	Підвищення задоволеності іноземних гостей, розширення цільової аудиторії, покращення іміджу закладу.
Розробка адаптаційного меню	Поділ адаптованого меню на кілька блоків: «Міжнародна класика», «Регіональні смаки світу», «Кошерне/Халяль».	Підвищення задоволеності іноземних гостей, розширення цільової аудиторії, покращення іміджу закладу.

Це стратегічно важливий крок для створення комфортного та доброзичливого середовища для іноземних гостей, особливо у контексті міжнародних подій, туризму чи ділових зустрічей. Запровадження меню з урахуванням культурних та релігійних особливостей харчування не лише демонструє повагу до різноманіття, але й сприяє формуванню позитивного іміджу закладу як відкритого до світу. Такий підхід суттєво підвищує рівень довіри й лояльності відвідувачів, що, у свою чергу, може позитивно вплинути на репутацію, конкурентоспроможність і прибутковість.

ВИСНОВОК

У ході написання дипломної роботи було комплексно досліджено як теоретичні, так і практичні аспекти адаптації ресторанного меню до культурних запитів міжнародної аудиторії. Головною метою дослідження було визначити стратегії, які дозволяють ресторанам, зокрема ресторану «Belevue» при готелі Maritim Köln, підвищити якість гастрономічного сервісу, задовольнити міжкультурні очікування гостей та забезпечити їхню лояльність за допомогою адаптованого меню.

Меню сучасного ресторану – це не просто набір страв, а гнучкий інструмент міжкультурної комунікації. Воно має відображати цінності інклюзивності, поваги до гастрономічних традицій різних країн, релігійних обмежень і харчових звичок. У процесі дослідження було з'ясовано, що саме через адаптацію меню формується перше емоційне враження міжнародного гостя, а його задоволення напряму пов'язане із здатністю ресторану запропонувати знайомі, безпечні, а водночас автентичні смакові рішення.

У першому розділі було розглянуто сучасні наукові підходи до поняття адаптації ресторанного сервісу, класифіковано типи гастрономічних запитів (релігійні, дієтичні, етнічні, вікові тощо), а також описано інструменти персоналізації меню: тематичні блоки, візуальне маркування страв, багатомовність, культурна інтерпретація походження продуктів. Особлива увага приділена теорії емоційної гастрономії як способу формування довіри й позитивного досвіду відвідувача, що стає критично важливим у контексті високої конкуренції на міжнародному ринку HoReCa.

У другому розділі було здійснено всебічний аналіз ресторану «Belevue» – його концепції, функціонального середовища, цільової аудиторії, географії гостей і наявного гастрономічного асортименту. Встановлено, що попри високий рівень обслуговування, актуальне меню лише частково відповідає запитам мультикультурної публіки. Виявлено дисбаланс між очікуваннями гостей із різних регіонів (Східна Азія, Близький Схід, Північна Америка,

Центральна Європа) та гастрономічною пропозицією, яка має переважно європейський (континентальний) акцент. Це створює потребу в системній адаптації меню з урахуванням культурних особливостей та мовної доступності.

У третьому розділі, що має прикладний характер, було розроблено комплекс практичних рекомендацій із врахуванням міжнародних гастрономічних запитів. Зокрема, запропоновано структурувати меню за принципом тематичних підменю, адаптованих до конкретних груп гостей: «Halal-Friendly», «Hindu Choice», «Jewish Kosher Selection» тощо. Розроблена таблиця із прикладами підменю та рекомендованими стравами демонструє, як ресторани можуть забезпечити точкове врахування культурних пріоритетів гостей.

Також було запропоновано впровадити багатомовні варіанти меню, систему піктограм для полегшення навігації, інтерактивні елементи в цифровій версії меню, можливість перегляду інгредієнтів і заміни компонентів. Особлива увага приділена гастрономічному ритуалу — подачі страв у форматі "sharing menu" для гостей із Східної Азії, використанню локальних історій і пояснень до страв, створенню концепції емоційної гастрономії через розповідь, візуальну презентацію, естетику подачі.

Тож, у результаті проведеного дослідження можна зробити висновок, що адаптація меню до культурних потреб міжнародної аудиторії є не просто елементом сервісу, а стратегічним напрямом розвитку ресторанного бізнесу. Реалізація запропонованих заходів у ресторані «Belevue» дозволить підвищити якість обслуговування, зміцнити емоційний зв'язок з гостями, покращити репутацію закладу та, зрештою, забезпечити стале зростання економічних показників. Універсальне, мультикультурне меню — це ключ до довготривалої конкурентоспроможності в умовах глобалізованого туристичного ринку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Вакулик І. І., Пузиренко Я. В., Мисюра Т. М. Етикет та культура харчування: навчальне видання. – К.: ТОВ «Аграр Медіа Груп», 2010. – 68 с.
2. Гладчук О. П. Гастрономічний туризм. [Електронний ресурс]. URL: <https://surli.cc/wpkhms> (дата звернення: 01.06.2025).
3. ДСТУ 8302:2015. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання. – Київ: ДП «УкрНДНЦ», 2016. – 16 с.
4. Конспект лекцій з організації ресторанного господарства. Одеський державний екологічний університет. [Електронний ресурс]. URL: <https://shorturl.at/nqzAH> (дата звернення: 01.06.2025).
5. Круковська О. В. Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу в Україні. [Електронний ресурс]. URL: <https://shorturl.at/cdlrQ> (дата звернення: 01.06.2025).
6. Міжкультурна комунікація. [Електронний ресурс]. URL: <https://shorturl.at/kqAZO> (дата звернення: 01.06.2025).
7. Міжнародний маркетинг. [Електронний ресурс]. URL: <https://shorturl.at/djrHT> (дата звернення: 01.06.2025).
8. Організація виробництва. [Електронний ресурс]. URL: <https://shorturl.at/cdmtP> (дата звернення: 01.06.2025).
9. Організація ресторанного господарства: конспект лекцій. [Електронний ресурс]. URL: <https://shorturl.at/bqtKU> (дата звернення: 01.06.2025).
10. Пилипів Н. Особливості обслуговування у готельно-ресторанному бізнесі. [Електронний ресурс]. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/pylypiv2.htm (дата звернення: 01.06.2025).
11. Професійні стандарти у ресторанному бізнесі. [Електронний ресурс]. URL: <https://shorturl.at/azBIR> (дата звернення: 01.06.2025).
12. Роль дизайну в ресторанному сервісі. [Електронний ресурс]. URL: <https://shorturl.at/fksG2> (дата звернення: 01.06.2025).

13. Роль міжкультурної комунікації в туризмі. [Електронний ресурс]. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/sheremet2.htm (дата звернення: 01.06.2025).
14. Роль стандартизації в ресторанному бізнесі. [Електронний ресурс]. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/11/420.pdf> (дата звернення: 01.06.2025).
15. Самодай В. П., Кравченко А. І. Організація ресторанної справи: навч. посіб. – Суми: Вид-во СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2015. – 424 с.
16. Силабуси з дисципліни «Готельно-ресторанна справа». [Електронний ресурс]. URL: <https://shorturl.at/nrGI2> (дата звернення: 01.06.2025).
17. Стаття з журналу «Економіка та суспільство», № 9. [Електронний ресурс]. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/9_ukr/103.pdf (дата звернення: 01.06.2025).
18. Стаття з журналу «Економіка та суспільство». [Електронний ресурс]. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2219> (дата звернення: 01.06.2025).
19. Технологія продукції ресторанного господарства. [Електронний ресурс]. URL: <https://shorturl.at/cetvS> (дата звернення: 01.06.2025).
20. Туризм та гостинність у міжнародному контексті. [Електронний ресурс]. URL: https://tourlib.net/books_ukr/vt3-5-3.htm (дата звернення: 01.06.2025).
21. Туризм як чинник формування культури гостинності. [Електронний ресурс]. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/zavadynska.htm (дата звернення: 01.06.2025).
22. Український центр клінічного харчування. Методичні рекомендації. [Електронний ресурс]. URL: <https://shorturl.at/jvHMO> (дата звернення: 01.06.2025).
23. Харчова культура народів світу. [Електронний ресурс]. URL: <https://shorturl.at/lqQR4> (дата звернення: 01.06.2025).

24. Хміль Ф. І. Стандарти якості у ресторанній справі. [Електронний ресурс]. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/12/270.pdf> (дата звернення: 01.06.2025).
25. Хміль Ф. І. Управління готельно-ресторанним бізнесом в умовах змін. [Електронний ресурс]. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3085> (дата звернення: 01.06.2025).
26. Черниш С. Оцінка культури обслуговування в готелях. [Електронний ресурс]. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/11/449.pdf> (дата звернення: 01.06.2025).
27. Шеремет О. І. Особливості міжнародного сервісу в ресторанному бізнесі. [Електронний ресурс]. URL: <https://shorturl.at/fiLS> (дата звернення: 01.06.2025).
28. Шеремет О. І., Завадинська Н. В. Туризм як чинник формування культури гостинності. [Електронний ресурс]. URL: <https://shorturl.at/fgrV6> (дата звернення: 01.06.2025).

ДОДАТКИ

Додаток А

СТРУКТУРА МІЖНАРОДНИХ ГОСТЕЙ РЕСТОРАНУ «BELEVUE»
(ЗА НАЦІОНАЛЬНІСТЮ, 2023 р.)

Національність гостей	Частка, %	Кількість візитів (оцінка за рік)
Німеччина	35%	3 500
США	15%	1 500
Китай	10%	1 000
Туреччина	8%	800
Об'єднані Арабські Емірати	6%	600
Велика Британія	6%	600
Франція	5%	500
Польща	4%	400
Японія	3%	300
Інші країни	8%	800
Разом	100%	10 000

**ПРИКЛАДИ КУЛЬТУРНИХ ОБМЕЖЕНЬ ТА УПОДОБАНЬ ЩОДО
ХАРЧУВАННЯ СЕРЕД МІЖНАРОДНИХ ГОСТЕЙ**

Країна/регіон	Ключові особливості харчування	Рекомендації для меню
Індія	Вегетаріанство, заборона на яловичину	Вегетаріанські страви без м'яса та субпродуктів
ОАЕ, Саудівська Аравія	Халяль, заборона на свинину та алкоголь	Страви з позначкою Halal, без свинини, без алкоголю
Китай	Пріоритет рису, овочів, мінімум молочних продуктів	Азійська кухня, вок, соуси, спеції
США	Популярність безглютенової та безлактозної дієти	Позначки «без глютену» / «без лактози»
Ізраїль	Кошерна їжа, суворі правила приготування	Можливість за попереднім замовленням
Японія	Помірні порції, риба, рис, соєві продукти	Меню з рибними закусками, мінімалізм у подачі

ПРОЄКТ АДАПТОВАНОГО МЕНЮ РЕСТОРАНУ «BELEVUE»

Назва страви	Кухня	Категорія	Позначення (вег/халяль/без глютену)	Ціна (€)
Лосось теріякі з рисом жасминовим	Японська	Основна страва	Без глютену	17,90
Курка карі з кокосовим молоком	Індійська	Основна страва	Халяль	15,50
Крем-суп з батату з кунжутною олією	Міжнародна	Суп	Веган, без лактози	7,80
Шакшука з яйцем пашот	Ізраїльська	Сніданок	Вегетаріанське	9,50
Гречана паста з овочами та кеш'ю	Веган-опція	Основна страва	Веган, без глютену	12,90
Кукурудзяна полента з грибами	Італійська	Гарнір	Без глютену, вегетаріанська	13,70