

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

ДИПЛОМНА РОБОТА

на тему:

**«РЕСТОРАНИ ВИСОКОЇ КУХНІ: СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА
ВІТЧИЗНЯНІ РЕАЛІЇ»**

Виконавець:

студент II курсу, групи КС-21(м)
спеціальності 241 «Готельно-ресторанна
справа» (Освітньо-професійна програма
«Курортна справа»)

Телька Віталій

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

Лояк Лілія Миколаївна

Рецензенти:

к.геог.н., доцент

Мельник Надія Вікторівна

к.і.н.

Котенко Руслан Михайлович

м. Івано-Франківськ, 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЕВОЛЮЦІЯ РЕСТОРАНІВ ВИСОКОЇ КУХНІ	7
1.1. Історія виникнення високої кухні	7
1.2. Організаційно-управлінські особливості ресторанів високої кухні	13
1.3. Міжнародні кулінарні рейтинги та ресторани високої кухні	23
Висновки до 1 розділу	27
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНИХ СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ГАСТРОНОМІЇ	29
2.1. Глобальні гастрономічні тренди (2024-2025 рр.)	29
2.2. Цифровізація та технологічні інновації	33
2.3. Трансформація формату Fine Dining у постпандемічний період.	38
Висновки до 2 розділу	41
РОЗДІЛ 3. СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАНІВ ВИСОКОЇ КУХНІ В УКРАЇНІ	42
3.1. Аналіз ринку ресторанних послуг України в умовах воєнного стану	42
3.2. Феномен «Нової української кухні» як частина національної ідентичності	47
3.3. Проблеми та стратегічні напрями розвитку вітчизняного сегменту ресторанів високої кухні	50
Висновки до 3 розділу	53
ВИСНОВКИ.....	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	56
ДОДАТКИ.....	61

ВСТУП

Актуальність теми. На сучасному етапі розвитку світової економіки індустрія гостинності зазнає фундаментальних змін, перетворюючись з простого сектору послуг на важливу складову «економіки вражень» та культурної дипломатії. Варто зазначити, що ресторани високої кухні (Fine Dining) сьогодні виступають не лише місцем задоволення гастрономічних потреб, а й простором для трансляції національних цінностей, інновацій та естетики. Вони задають стандарти якості, які згодом адаптуються масовим ринком, виконуючи роль своєрідних лабораторій смаку та сервісу.

Зокрема, глобалізаційні процеси диктують нові вимоги до ведення ресторанного бізнесу. Світові тренди зміщують фокус з демонстративної розкоші на етичне споживання, сталий розвиток (sustainability) та використання локальних продуктів. Сучасний споживач преміум-сегменту прагне отримати не просто страву, а унікальний емоційний досвід та історію, що стоїть за продуктом. Водночас, стрімка цифровізація суспільства вимагає від рестораторів впровадження новітніх технологій – від штучного інтелекту в управлінні запасами до персоналізованого маркетингу, що стає критичною умовою конкурентоспроможності на міжнародній арені.

Популярність високої кухні значною мірою зросла завдяки телевізійним кулінарним шоу, які вивели шефів у центр уваги ширшої аудиторії. У деяких випадках саме шеф-кухар, а не ресторан, стає головним об'єктом уваги гостей та медіа [1].

Медіа-інтерес переважно спрямований на унікальність їхнього стилю, професійну ідентичність та здатність створювати емоційний досвід через інноваційні кулінарні рішення. Шефів високо цінують за вміння викликати у гостей емоції та враження, спираючись на свою творчу майстерність [1].

Разом з тим, розвиток сегменту високої кухні в Україні відбувається в унікальних, безпрецедентних умовах. Вітчизняна гастрономія переживає етап активного самовизначення та відродження, відходячи від пострадянських стереотипів та формуючи обличчя «Нової української кухні». Це проявляється у

переосмисленні традиційних рецептур, співпраці з локальними фермерами та виході українських шеф-кухарів на міжнародний рівень.

Однак, функціонування галузі суттєво ускладнене зовнішніми факторами. Повномасштабна війна, економічна нестабільність, порушення логістичних ланцюгів та кадровий дефіцит стали серйозним випробуванням для бізнесу. Проте, українські ресторани високої кухні демонструють дивовижну стійкість, адаптуючи свої бізнес-моделі до воєнних реалій, займаючись волонтерством та зберігаючи високі стандарти сервісу попри блекауту й тривоги. Дослідження цих процесів є вкрай актуальним, адже воно дозволяє не лише проаналізувати поточний стан справ, а й окреслити стратегічні вектори відновлення та подальшої інтеграції української гастрономії у європейський простір.

Мета дипломної магістерської роботи полягає у дослідженні сучасних світових тенденцій у сегменті ресторанного господарства класу висока кухня та, на основі оцінки вітчизняних реалій, розробити стратегічні рекомендації щодо адаптації та розвитку закладів високої кухні в Україні в умовах нестабільного економічного середовища.

Для реалізації поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

- розкрити сутність, еволюцію та критерії класифікації ресторанів формату Fine Dining;
- охарактеризувати організаційно-управлінські особливості та роль «економіки вражень» у діяльності закладів високої кухні;
- проаналізувати ключові глобальні тренди розвитку гастрономії, включаючи екологічність, цифровізацію та зміну форматів обслуговування;
- дослідити сучасний стан ринку ресторанних послуг України та вплив воєнного стану на сегмент преміум-класу;
- виявити проблеми та перспективи розвитку феномену «Нової української кухні» як інструменту національної ідентифікації;
- розробити рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності вітчизняних ресторанів високої кухні з урахуванням світового досвіду.

Об'єктом дослідження є процес функціонування та розвитку підприємств ресторанного господарства високої кухні на світовому та національному ринках.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних та прикладних аспектів управління ресторанами високої кухні, формування їх конкурентоспроможності та адаптації світових гастрономічних трендів до українського бізнес-середовища.

Методи дослідження. У процесі написання дипломної роботи використано загальнонаукові та спеціальні методи пізнання:

- теоретичного узагальнення і порівняння – для розкриття сутності поняття «висока кухня» та аналізу світових трендів;
- статистичного аналізу – для оцінки динаміки розвитку ресторанного ринку України;
- системно-структурний метод – для дослідження організаційної структури ресторанів;
- SWOT-аналіз – для виявлення сильних і слабких сторін, можливостей та загроз для вітчизняних закладів Fine Dining.

Практична цінність. Запропоновано напрями розширення асортименту та приготування страв з ферментованих продуктів.

Інформаційну базу магістерської роботи становлять законодавчі та нормативні акти України, наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених, матеріали періодичних видань, статистичні дані, звіти міжнародних гастрономічних гідів (Michelin, The World's 50 Best Restaurants), а також фінансова звітність та внутрішні дані досліджуваних підприємств.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в обґрунтуванні шляхів адаптації глобальних трендів сталого розвитку (sustainability) до діяльності українських ресторанів високої кухні в умовах кризового середовища та визначенні ролі гастродипломатії у повоєнному відновленні іміджу країни.

Практичне значення одержаних результатів полягає в можливості використання розроблених рекомендацій керівниками та власниками ресторанів

для оптимізації бізнес-процесів, вдосконалення маркетингової стратегії та підвищення рівня сервісу в умовах невизначеності.

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

Основний зміст роботи викладений на 61 сторінці, загальний обсяг роботи – сторінки, в т.ч. додатки на ...сторінках. Список використаної літератури та джерел містить 39 найменувань.

РОЗДІЛ 1.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЕВОЛЮЦІЯ РЕСТОРАНІВ ВИСОКОЇ КУХНІ

1.1. Історія виникнення високої кухні

Висока кухня вважається вершиною професійної кулінарії та харчування.

Ресторани вишуканої кухні, що обслуговують лише 1% усіх страв, становлять невеликий сегмент ресторанної індустрії Франції. Незважаючи на свою невелику частку ринку, висока кухня відіграє ключову роль у формуванні трендів, формуванні іміджу та встановленні галузевих стандартів. Висока кухня також є креативною індустрією та джерелом культурних цінностей і комерційного значення. Це видно в ажіотажі навколо якісної їжі та гіпермедійному висвітленні діяльності зіркових шеф-кухарів, особливо в країнах, де харчування поза домом є важливим елементом способу життя. Висока кухня має культурне значення та вважається проявом національного брендингу. Це форма «гастроціоналізму» та вираження ідентичності через їжу та місцеву культуру [1].

Висока кухня (фр. *haute cuisine*, також *grande cuisine*) — це гастрономічна традиція елітних закладів Франції, зокрема відомих ресторанів, розкішних готелів та кулінарних шкіл найвищого рівня. Її характерними рисами є надзвичайно ретельна підготовка інгредієнтів, технічна досконалість, бездоганна естетика подачі та використання високоякісних, часто дорогих продуктів. Страви високої кухні традиційно доповнюють рідкісні та вишукані вина. У ширшому розумінні французька концепція *haute cuisine* стала глобальним стандартом, який сьогодні застосовують у преміальних ресторанах по всьому світу.

У сучасних умовах висока кухня не пов'язується з одним конкретним стилем. Вона може поєднувати різні гастрономічні напрямки — від ф'южн-кухні та молекулярної гастрономії до інноваційних інтерпретацій регіональних традицій. Такий підхід відображає еволюцію *haute cuisine* від строгих класичних канонів до творчого багатостилля.

Популяризація високої кухні знаходить відображення і в масовій культурі. Так, у франко-іспанській комедії режисера Даніеля Коена «Шеф» (2012) життя сучасних шеф-кухарів показано з максимальною автентичністю — консультаціями фільму займалися знамениті кухарі Ален Пассар, Ален Дюкасс та П'єр Ганьєр, що надало стрічці високий рівень професійності.

Визнання в сфері високої кухні забезпечують впливові міжнародні рейтинги. Найпрестижнішим серед них є Червоний гід Michelin, який видається з 1900 року та використовує трирівневу систему оцінювання ресторанних закладів. Інша провідна система — Gault & Millau, заснована у 1965 році, яка спершу застосовувала 20-бальну шкалу, а з 2010 року — систему «кухарських ковпаків» (toques), де найвища оцінка складає п'ять ковпаків. Обидві системи формують глобальні стандарти гастрономічної досконалості та визначають статус ресторанів у сегменті високої кухні.

Висока кухня (*haute cuisine*) — це кулінарний феномен, який виник у Франції та став основою для розвитку сучасної світової гастрономії. Це поняття характеризується особливою увагою до якості інгредієнтів, технічної досконалості приготування страв, художнього оформлення та високих стандартів обслуговування [1].

Витоки високої кухні сягають кінця XVII — початку XVIII століття, коли при королівських дворах Франції почали формуватися нові кулінарні традиції. Особливо важливим етапом стало правління короля Людовіка XIV, при дворі якого кухарі змагалися у створенні витончених багатокomпонентних страв та інноваційних рецептів [3].

Висока кухня, або *haute cuisine*, виникла у Франції наприкінці XVII – початку XVIII століття та стала основою сучасних гастрономічних традицій у світі. Вона характеризується особливою увагою до технік приготування, оформлення страв, стандартизації меню та сервісу.

Старт розвитку високої кухні зазвичай пов'язують із дворянськими та королівськими дворами Франції, де кухарі змагались у створенні витончених багатокурсних обідів та інноваційних страв.

Великий вплив на формування *haute cuisine* мав придворний кухар Франсуа Ватель, котрий працював при дворі Людовіка XIV, а також Марі-Антуан Карем, який систематизував техніки та створив класифікацію соусів.

Основоположники високої кухні

Марі-Антуан Карем (Marie-Antoine Carême, 1784-1833).

Марі-Антуан Карем вважається одним із найважливіших засновників сучасної високої кухні та першим «шеф-кухарем знаменитостей». Карем працював при дворах європейської еліти та зробив революційний внесок у гастрономію:

Основні досягнення Карема:

- Систематична ревізія та тестування численних комбінацій інгредієнтів для створення нових рецептів
- Перенесення традиційних народних страв (наприклад, *pot au feu* — м'ясного рагу з овочами) до академічної високої кухні
- Створення першої експериментальної кухонної лабораторії в історії, де він запропонував хімічний аналіз м'ясних бульйонів для розуміння ролі ароматів і смаку
- Видання перших кулінарних посібників для широкої публіки
- Створення навчальних, методологічних та документальних основ для професійних кухарів [3].

Карем також прославився своїми декоративними композиціями з тіста, цукру, желе та воску (*Pièces Montées*), що імітували великі паризькі пам'ятки. Його найбільша праця — «*L'art de la cuisine au XIXe siècle*» (Кулінарне мистецтво XIX століття, 1833) — охоплює більшість кулінарних стандартів, які згодом були вдосконалені Огюстом Ескоф'є [3].

Карем був відповідальним за перехід від приватної кухні аристократії до сучасної публічної паризької ресторації, від кулінарного мистецтва до науки, і від учнівського навчання кухарів до професійної кар'єри ресторатора.

Переломним моментом у розвитку французької гастрономії стало видання у 1651 році книги «*Le Cuisinier François*» (Французький кухар) Франсуа П'єра де ла Варена (*François Pierre de La Varenne*). Ця кулінарна книга мала трансформаційний

вплив на французьку кулінарну практику протягом наступних п'ятдесяти років. Ла Варен запропонував нові підходи до приготування їжі, відійшовши від середньовічних традицій, і його робота витримала понад 50 перевидань протягом другої половини XVII століття [2].

У кінці XVII — на початку XVIII століття важливий внесок зробили такі кухарі, як Франсуа Массіало (François Massialot), автор «Le Cuisinier roial et bourgeois» (1691), та Вінсент Ла Шапель (Vincent La Chapelle), який опублікував «The Modern Cook» у 1733 році [4].

Справжній розквіт високої кухні як соціального та культурного феномену відбувся після Французької революції на початку XIX століття. Революція призвела до важливих змін:

1. Скасування монархії та демократизація звичаїв і традицій Старого режиму
2. Ліквідація торговельних обмежень на інгредієнти для приготування їжі
3. Поява великої кількості досвідчених кухарів із кухонь аристократичних родин, які втратили роботу і відкрили численні ресторани для зростаючого середнього класу
4. Моральна трансформація суспільства, що сприяла появі гедоністичних споживачів, готових платити за насолоду від їжі
5. Поява гурмана як нового типу споживача, який аналізує, роздумує та філософствує про їжу [3].

Важливими етапами розвитку стали напрацювання Огюста Ескоф'є (кінець XIX – початок XX ст.), котрий створив стандарти організації кухні (система «бригади») та сучасне подання меню [1]. Ескоф'є співпрацював з готелями Ritz та Savoy, і Le Guide Culinaire стала основою їх кулінарних програм.

Le Guide Culinaire (1903) – це одна з найвагоміших праць в історії гастрономії, яка не лише систематизувала французьку кухню, а й заклала основу професійних стандартів кулінарії XX століття. На відміну від попередників, Ескоф'є прагнув створити практичний, раціонально організований посібник, який міг би слугувати робочою книгою для шеф-кухарів у ресторанах і готелях.

Вона формувала стандарти кулінарної освіти, кулінарних шкіл та шефів високої кухні. Це видання стало «кодексом» високої кухні, вплинувши на розвиток гастрономії в Європі, Америці та за її межами.

Огюст Ескоф'є (Georges Auguste Escoffier, 1846-1935).

Огюст Ескоф'є — найвпливовіший шеф-кухар кінця XIX — початку XX століття, якого називають «королем кухарів і кухарем королів». Працюючи в готелях «Savoy» та «Carlton» у Лондоні, Ескоф'є став королем класичної французької гастрономії.

Основні досягнення Ескоф'є:

Система бригад: Спрощення кухонної роботи через створення системи бригад (*brigade de cuisine*) та розподілу на партії (*parties de cuisine*), що організовувала роботу кухні та залишається актуальною дотепер

Перше ресторанне меню: Створення першого ресторанного меню з переважним використанням розкішних інгредієнтів (морепродуктів, ікри, трюфелів, фуа-гра, дичини)

Скорочення меню: Зменшення кількості страв у меню до в середньому 4 позицій

Іменування страв: Використання кулінарної риторики з найменуванням страв на честь відомих людей (наприклад, *Suprêmes de volaille Jeanette*, *Sole Dugleré*, *Tournedos Rossini*, *Peach Melba*)

Російський сервіс: Заміна французького сервісу (коли всі страви подавалися одночасно) на російський сервіс, за яким страви подаються послідовно згідно з попередньо встановленим порядком у меню

Сезонні інгредієнти: Наголос на включення сезонних продуктів до меню

Завершення страв за столом: Театралізована подача, коли страви завершувалися біля столу офіціантом (наприклад, стейк тартар), з акцентом на підливи та соуси для підкреслення ароматів і смаків кожного рецепту

Систематизація соусів: Систематичне вивчення та визначення п'яти основних соусів класичної французької кухні: бешамель, еспаньйол, велюте, голландський соус (включаючи майонез) та томатний

Основними внесками, що сформували гастрономічну парадигму Ескоф'є, були послідовні :

«Спрощення кухонної роботи шляхом створення бригад та кулінарних груп .

Реалізація першого меню ресторану з майже виключним використанням елітних інгредієнтів, таких як морепродукти, ікра, трюфелі, фуа-гра, птиця, риба та дичина.

Зменшення кількості страв у меню до середнього значення 4 з використанням кулінарної риторики, заснованої на називанні страв як данини пам'яті людям: *Suprêmes de volaille Jeanette*, *Sole Dugleré*, *Tournedos Rossini* або *Peach Melba*.

Велика кількість страв у меню, з акцентом на різноманітності та включенні сезонних продуктів, із заміною французької подачі (всі страви подаються одночасно на столі) на російську (страви подаються послідовно, дотримуючись заздалегідь визначеного порядку в меню).

Величезна жорсткість рецептів Ескоф'є (консоме, потажі, креми, велюти, бріюші, бісквіти, кенелі тощо), що зумовлювало одноманітну одноманітність кухні його учнів.

Фіналізація страв за столом, як-от досі актуальний стейк тартар із видовищем на столі навколо соусника, де офіціант нарізає, додає соус та гарнірує страви з кінцевою метою підкреслити єдине сприйняття ароматів та смаків кожного рецепту. І саме широке використання складних соусів, що покривають основні інгредієнти в численних стравах Ескоф'є, зробило смак відчуттям, яке найкраще відображає другу гастрономічну парадигму. [3].

Ескоф'є залишив понад 20 000 учнів по всьому світу, а його найвідоміша праця — «*Le Guide Culinaire*» (Кулінарний путівник, 1903) — стала біблією професійних кухарів. Універсалізація його підходу відбулася завдяки путівнику *Michelin*, який з 1933 року почав присуджувати ресторанам зірки, більшість з яких отримали учні Ескоф'є.

Le Guide Culinaire (1903) – це одна з найвагоміших праць в історії гастрономії, яка не лише систематизувала французьку кухню, а й заклала основу професійних стандартів кулінарії ХХ століття. На відміну від попередників,

Ескоф'є прагнув створити практичний, раціонально організований посібник, який міг би слугувати робочою книгою для шеф-кухарів у ресторанах і готелях.

Вона формувала стандарти кулінарної освіти, кулінарних шкіл та шефів високої кухні. Це видання стало «кодексом» високої кухні, вплинувши на розвиток гастрономії в Європі, Америці та за її межами.

Після Ескоф'є висока кухня продовжила еволюціонувати:

Nouvelle Cuisine (1960-1970-ті роки): Рух нової кухні (Nouvelle Cuisine) виник у Франції як відповідь на авторитарні протести травня 1968 року. Шеф-кухари Поль Бокюз (Paul Bocuse), П'єр Труагро (Pierre Troisgros), Мішель Герар (Michel Guérard) та інші відмовилися від жорстких правил Ескоф'є і запропонували:

- Легші соуси без борошна, вершків і масла
- Коротший час приготування для збереження натуральності продуктів
- Візуальну інноваційність у презентації страв
- Включення екзотичних інгредієнтів та етнічних рецептів [11].

Молекулярна гастрономія та абстрактна кухня (1990-2000-ті роки): Каталонський шеф-кухар Ферран Адрія (Ferran Adrià) у своєму ресторані El Bulli розпочав революцію абстрактної кухні, яка включала деконструкцію традиційних страв, експерименти з текстурами за допомогою наукових технік (сферифікація, використання рідкого азоту, пін) та залучення всіх п'яти відчуттів до гастрономічного досвіду [10].

1.2. Організаційно-управлінські особливості ресторанів високої кухні

Висока кухня є символічною у світі туризму та має фундаментальне значення в економічному та соціальному житті більшості країн світу. Гастрономічний досвід високої кухні грає з почуттями, залучаючи відвідувача, створюючи таким чином унікальний досвід для клієнта [5].

Успіх сучасного ресторану високої кухні залежить від здатності балансувати на терезах, де з одного боку — класичні стандарти якості, а з іншого — вимога дивувати (wow-ефект).

Ресторан високої кухні — це заклад, що пропонує найвищий рівень гастрономічного досвіду та характеризується кількома ключовими особливостями:

Характеристики ресторану високої кухні:

Якість інгредієнтів: Використання виключно найкращих, найсвіжіших та часто сезонних продуктів, включаючи розкішні інгредієнти (трюфелі, фуа-гра, ікра, свіжі морепродукти)

Технічна майстерність: Складні техніки приготування, що вимагають багаторічного навчання та досвіду

Художнє оформлення: Особлива увага до візуальної презентації страв, де кожна тарілка є витвором мистецтва [6].

Персоналізований сервіс: Професійне обслуговування з високим рівнем уваги до деталей, знанням меню, вина та індивідуальних потреб гостей

Атмосфера та інтер'єр: Вишуканий декор, комфортна та розкішна атмосфера

Інноваційність: Креативність шеф-кухаря у створенні унікальних страв та гастрономічних досвідів [6].

Ціноутворення: Преміальне ціноутворення, що відображає якість інгредієнтів, рівень майстерності та ексклюзивність досвіду [7].

У ширшому філософсько-соціологічному розумінні розкіш трактується як «усе бажане, що виходить за межі необхідного та звичного». Це тлумачення значно краще відображає природу ресторанної індустрії класу люкс та високої кухні, де досвід гостя формується не лише стравами, а й емоційною цінністю, естетикою та особливою атмосферою.

Ресторани класу люкс посідають провідні позиції на ринку не лише через високий рівень цін, а й завдяки винятковій якості страв і напоїв, бездоганному оформленню, характерному стилю та загальному впливу, який вони справляють на гостя. Дослідники зазначають, що продукт можна вважати розкішним тоді, коли його виконання та якість виготовлення досягають найвищого рівня. Проте таке визначення зосереджується виключно на матеріальних характеристиках [7].

Ресторани класу люкс зазвичай пропонують інноваційні та нестандартні меню, які виходять за межі звичайного гастрономічного досвіду гостей. Вони

характеризуються значно вищим рівнем цін порівняно зі звичайними закладами, а також тим, що їх відвідування не є регулярною практикою для більшості споживачів. Окрім цього, такі ресторани забезпечують гостям символічний соціальний статус та можливість самовираження через споживання, що є важливими ознаками розкішних брендів і продуктів.

Усі ці характеристики безпосередньо стосуються ресторанів, відзначених зірками Мішлен (рис.1.1), які вважаються еталоном вишуканої гастрономії. Попередні дослідження наголошують, що хоча лише невелика частина населення може дозволити собі відвідувати такі заклади, вплив Червоного гіда Мішлен виходить далеко за межі кола його цільових споживачів. Його авторитет та стандарти формують уявлення про якість, престиж і кулінарні норми в різних культурах та на всіх соціальних рівнях [7].



Рис.1.1. Червоний путівник Мішлен

За матеріалами **досліджень джерело [8]**. «У Європі цей довідник акредитовано як такий, що сприяє інноваціям та розвитку серед провідних шеф-кухарів світу, а отже, і всієї галузі [10,11]. Тому не дивно, що ресторани, перелічені в довіднику, знаходяться у вищому ціновому діапазоні. Іншими словами, ці ресторани здебільшого розташовані в сегменті ресторанів класу люкс [8]. Ресторани високої кухні часто відзначаються престижними рейтингами, такими як зірки Michelin або високі оцінки Gault & Millau».

Основні риси високої кухні:

Вишуканість інгредієнтів, акцент на сезонність, локальні продукти та стилізацію подачі.

Створення складних, декорованих страв, що потребують майстерних технік та тривалого навчання.

Формування окремої гастрономічної етики та культури сервірування.

Ресторани високої кухні орієнтовані на створення цілісного, незабутнього досвіду, де їжа є мистецтвом, а не просто засобом задоволення фізичних потреб.

Ресторани високої кухні суттєво відрізняються від закладів інших категорій про що свідчать дані табл.1.1.

Таблиця 1.1.

Відмінності між ресторанами високої кухні та іншими ресторанами

Критерій	Ресторан високої кухні (Fine Dining)	Середній ресторан (Casual Dining)	Заклад швидкого харчування (Fast Food/Quick Service)
Інгредієнти	Преміальні, рідкісні, сезонні, часто органічні продукти	Якісні стандартні інгредієнти	Масово виробляемі продукти
Приготування	Складні техніки, довготривале приготування, авторські рецепти	Стандартні технології	Стандартизовані процеси, швидке приготування
Подача страв	Художнє оформлення, малі порції, театралізована подача	Стандартна подача, середні порції	Простота, великі порції
Сервіс	Персоналізований, професійний, з високою увагою до деталей	Дружній, базовий сервіс	Самообслуговування або мінімальний сервіс
Атмосфера	Розкішна, тиха, інтимна	Невимушена, сімейна	Функціональна, швидка
Меню	Обмежене, сезонне, інноваційне	Широке, стандартне	Обмежене, стандартизоване
Ціни	Дуже високі (преміум-сегмент)	Помірні (середній сегмент)	Низькі (бюджетний сегмент)
Тривалість візиту	2-4 години або більше	1-2 години	15-30 хвилин
Досвід	Унікальна гастрономічна подорож, емоційний досвід	Комфортна їжа, соціалізація	Швидке задоволення голоду

*розроблено автором на основі [3, 5, 6, 7, 9].

У наукових дослідженнях авторів Романчук, О., Никига, О., Коваль, Р., Голод, А. зазначається що : «Гастрономічні гіді, зокрема Michelin та Gault & Millau,

відіграють важливу роль у розвитку туристичної галузі. Оцінки та експертні думки, представлені у них, мають значний вплив на рейтинг та успіх закладу. Michelin відображає сервіс та атмосферу ресторану, звертає увагу на вишуканість страв, Gault & Millau зосереджується на якості їжі, інноваційності та унікальності. Гід Gault & Millau змінив туристичне та кулінарне обличчя Франції. Його засновники Henri Gault та Christian Millau активно пропагували Нову кухню, яка характеризувалася поверненням до базового смаку продуктів харчування, запропонувавши для неї своїх десять вказівок. Вони полягали, зокрема, у скороченні часу готування, використанні свіжих та якісних продуктів з ринку, виключенні соусної основи, приготованої напередодні, зменшення вибору в меню. Вказівки підкреслювали принципи дієтології та креативність шеф-кухарів у плані акомпанементу» [12, с.20].

«Історія гіда Gault & Millau розпочалася у 1960-х роках в редакції видання «Paris-Presse». Henri Gault продемонстрував власний талант великого репортера, Christian Millau був заступником головного редактора. У 1961 році Pierre Charpy (1919–1988), відомий французький гравець у регбі та журналіст, тодішній директор редакції «Paris-Presse», доручив Henri Gault вести щотижневу колонку під назвою «Week-end et promenades» («Вікенд та промене-ади»). За кермом своєї старої автівки Henri Gault починає досліджувати околиці Парижа, щоб віднайти різноманітні цікаві місця. Christian Millau постійно перечитував репортажі з подорожей, які здійснював Henri Gault. Кожної п'ятниці читачі отримували нову цікаву інформацію, серед якої їх найбільше приваблювало відкриття для себе ресторанів. Успіх такого формату був миттєвим, він повністю відповідав очікуванням читачів з новими цінностями – споживчі звички та стиль життя еволюціонували» [12, с.16].



Рис.1.2. Гастрономічний гід Gault & Millau

Гастрономічний гід Gault & Millau стрімко поширився країнами Європи, формуючи власну конкурентну позицію поряд із путівником Michelin. Його підхід робив акцент на мистецькій презентації страв, легкій та витонченій кухні, використанні натуральних продуктів і впровадженні новаторських технік приготування. Вагомий внесок у популяризацію концепції Нової кухні зробив також André Gayot.

Gayot започаткував серію гастрономічних путівників «Gault & Millau / Gayot», частина яких була видана у співпраці з американським видавництвом Simon & Schuster (Нью-Йорк). У цих путівниках ретельно оцінювали якість страв, естетику подачі, атмосферу, інтер'єр та винні карти провідних ресторанів США, Європи та Азії. Починаючи з 2000-х років серія гідів виходить під скороченою назвою Gayot, продовжуючи традицію незалежної критики та популяризації високої гастрономії [12, с.18].

Починаючи з 1972 року, гастрономічний гід Gault & Millau щорічно публікує рейтинг провідних ресторанів, використовуючи 20-бальну систему оцінювання, що походить із французької шкільної шкали. Сучасна модель оцінювання передбачає присвоєння закладам від одного до п'яти ковпаків (toques):

5 ковпаків / tables exceptionnelles — 19–19,5 балів;

4 ковпаки / très grandes tables — 17–18,5 балів;

3 ковпаки / grandes tables — 15–16,5 балів;

2 ковпаки / tables de chefs — 13–14,5 балів;

1 ковпак / bonnes tables — 11–12,5 балів;

без ковпака — 10–10,5 балів. [12, с.19].

Заклади, що отримують менше ніж 10 балів, до рейтингу не включаються. Оцінювання ґрунтується на якості страв, атмосфері та загальному враженні від візиту.

Максимальна оцінка – 20/20 – присуджується вкрай рідко. Серед небагатьох ресторанів, що удостоїлися цієї відзнаки, були два заклади шеф-кухаря Marc Veyrat: L’Auberge de l’Eridan у Veyrier-du-Lac (2003) та La Ferme de Mon Père у Megève (2004).

Відзнаки Michelin або Gault & Millau суттєво впливають на діяльність ресторану: вони здатні збільшити кількість відвідувачів на 20–30 %, а обсяг обороту – приблизно на 80 % протягом трьох років. Проте ці нагороди створюють і значний тиск — насамперед фінансовий та репутаційний, оскільки очікування клієнтів різко зростають, і будь-яка помилка сприймається критичніше.

Трагічним символом цього тиску стала історія одного з найвідоміших французьких шефів Бернара Луазо (Bernard Loiseau), який за життя був амбасадором французької гастрономії у світі. 24 лютого 2003 року він наклав на себе руки на тлі професійних труднощів, зокрема пов’язаних зі зниженням рейтингу свого ресторану в гіді Gault & Millau [12, с.19].

Ресторани високої кухні вирізняються складною організаційною структурою, високим рівнем стандартизації та особливими управлінськими підходами, які відрізняють їх від закладів масового харчування. Їхня діяльність ґрунтується на поєднанні творчості, бездоганної технічної майстерності та чітко регламентованих процедур, спрямованих на досягнення виняткової якості кулінарного досвіду.

Однією з ключових особливостей є чітко формалізована ієрархія кухні, що походить від класичної бригадної системи, розробленої Огюстом Ескоф’є. Ця система передбачає розподіл функцій між спеціалізованими станціями — saucier, rôtiisseur, garde-manger, pâtissier тощо, — що дозволяє забезпечити високу продуктивність та контроль якості. Кухня працює як злагоджений механізм, де

кожна роль чітко визначена, а відповідальність та підзвітність є жорстко структурованими [13].

Основні позиції кухонної бригади:

- Chef de Cuisine (шеф-кухар) – головний керівник кухні, відповідальний за концепцію, меню, стандарти якості, підбір персоналу та інновації. У ресторанах Michelin або Gault&Millau роль шефа часто є ключовою для репутації закладу.
- Sous-chef (су-шеф) – права рука шеф-кухаря; керує процесами під час його відсутності та координує роботу станцій.
- Chef de partie (шеф-де-парті) – керівник окремої секції (гарячий цех, холодний цех, соуси, гарніри, кондитерський відділ).
- Commis (комі-кухар) – виконує допоміжні функції, готує інгредієнти, опановує базові техніки.
- Pastry chef (кондитер) – окрема лінія управління, відповідальна за десерти; в ресторанах високої кухні має значну творчу автономію.

Бригадна система дозволяє дотримуватися безпеки, синхронності подачі, естетики та стабільної якості [13].

Управління такими закладами характеризується значною роллю шеф-кухаря як лідера та креативного директора. Дослідження показують, що шеф-кухарі високої кухні поєднують харизматичний стиль керівництва із функцією «архітектора» внутрішніх процесів. Вони відповідають за формування кулінарної концепції, дизайн меню, стандарти роботи, відбір і навчання персоналу, а також за розвиток бренду ресторану. Крім того, шеф-кухарі активно взаємодіють із зовнішніми стейкхолдерами — постачальниками, виноробами, медіа, гастрономічними критиками — що є важливим елементом підтримання репутації та впливу на ринку [14].

Висока кухня передбачає надзвичайно високий рівень контролю якості на всіх етапах виробництва і сервісу. Особлива увага приділяється добору інгредієнтів, їх походженню, сезонності, технологічній обробці та естетичній

презентації. Стандарти сервісу відзначаються формальністю, точністю та вишуканістю, що створює унікальний досвід для гостя.

Фронт-офіс високої кухні має не менш складну структуру, ніж кухня. Сервіс у таких закладах – мистецтво та частина бренду.

Ключові ролі:

- *Maître d'hôtel* (метрдотель) – обличчя ресторану; відповідає за зустріч гостей, розсадку, роботу офіціантів, комунікацію з кухнею, управління сервісним етикетом.
- *Chef sommelier* (шеф-сомельє) – формує винну карту, відповідає за зберігання вин, проводить фудпейринг.
- *Chef de rang* (старший офіціант) – веде стіл, контролює подачу страв, володіє техніками класичного сервісу.
- *Commis de rang* (молодший офіціант) – допоміжні функції.

У ресторанах із зірками *Michelin* фахівці з сервісу проходять суворі тренінги щодо:

- технік подачі страв (французька, англійська, сервіс з візка),
- невербальної комунікації,
- знання меню та інгредієнтів,
- персоналізованої взаємодії з гостями [14].

Важливим елементом управління є інноваційність. Ресторани високої кухні постійно впроваджують нові техніки, гастрономічні концепції, форми подачі, а також інновації у сервісі й гостинності. Інновації можуть стосуватися як технологічних рішень — використання цифрових систем управління, аналітики чи штучного інтелекту — так і творчих експериментів у меню.

Фінансовий аспект управління також є складним, оскільки діяльність у сегменті високої кухні характеризується високою собівартістю – дорогими інгредієнтами, великими витратами на персонал, інвестиціями в інтер'єр, інвентар та маркетинг. У цьому контексті міжнародні рейтинги, зокрема *Michelin* та *Gault & Millau*, мають значний вплив на бізнес: отримання зірок або ковпаків підвищує

попит і прибутковість, але також посилює тиск на ресторан і зростання очікувань клієнтів.

Таким чином, організаційно-управлінські особливості ресторанів високої кухні формуються на перетині традиційних гастрономічних практик, сучасних інновацій, високих стандартів сервісу та сильної фігури шеф-кухаря як центрального елемента всієї системи. Управління в таких закладах потребує балансу між креативністю і дисципліною, свободою вираження і суворою регламентацією, короткостроковим фінансовим результатом і довгостроковою репутацією.

Елітні шеф-кухари мають поєднувати у своїй роботі дві ключові ролі — харизматичного лідера та організаційного архітектора, щоб відповідати високим стандартам, яких очікує професійне середовище [1].

Харизматичний аспект їхнього лідерства проявляється у творчості, артистизмі, здатності генерувати інновації та надихати команду. Водночас роль «архітектора» стосується проектування внутрішньої структури роботи: системи контролю, розподілу завдань і механізмів винагородження. Крім того, шефи виконують і зовнішню управлінську функцію — формують імідж ресторану, вибудовують відносини з партнерами та впливають на своє професійне середовище [1].

На кухні вони активно шукають нові ідеї, комбінують техніки та інгредієнти, впроваджують нестандартні рішення. Щоб зміцнити власну репутацію, шефи створюють тренди й вибудовують відмінні риси свого стилю, а також приділяють значну увагу естетиці та дизайну страв, надаючи їм додаткової символічної цінності [1].

Багато шеф-кухарів сприймають себе як головне джерело кулінарних інновацій і рушійну силу розвитку гастрономії. Вони формують власне уявлення про те, яким має бути «кулінарне вдосконалення» [1].

У результаті шефи акцентують свою унікальність через різні механізми самовираження — центральність, послідовність, відмінність та валоризацію власного стилю [1].

1.3. Міжнародні кулінарні рейтинги та ресторани високої кухні

Michelin Guide, заснований у 1900 році французькою компанією з виробництва шин, є найстарішою та найвпливовішою системою оцінювання ресторанів у світі[16]. Система зірок була введена у 1926 році і базується на п'яти основних критеріях: якість продуктів, майстерність приготування, гармонія смаків, особистість шеф-кухаря в кухні та постійність між відвідуваннями[16].

Методологія оцінювання Michelin передбачає використання анонімних професійних інспекторів, які багаторазово відвідують ресторани, оплачуючи рахунки самостійно. Інспектори оцінюють виключно якість страв на тарілці, незалежно від декору, сервісу чи атмосфери — ці аспекти відображаються в додаткових символах (виделки/ложки для комфорту), але не впливають на кількість зірок[21].

Отримання зірки Michelin вважається найвищим досягненням у кулінарній кар'єрі [19]. Дослідження показують, що зірка збільшує дохід ресторану на 20-30%, дозволяє підвищити ціни та забезпечує практично 100% заповнюваність[19, 20]. Однак секретність процесу оцінювання та сильний тиск на шеф-кухарів викликають критику — задокументовано випадки суїцидів шеф-кухарів через страх втратити зірку або недостатню оцінку.

Michelin охоплює понад 40 країн і територій, переважно в Європі (Франція, Італія, Іспанія, Німеччина, Великобританія) та Азії (Японія, Гонконг, Сінгапур, Таїланд)[16, 17, 18]. Обмежене представництво в Африці, Латинській Америці та Східній Європі критикується як європоцентризм[17].

The World's 50 Best Restaurants, заснований у 2002 році медіа-компанією William Reed Business Media, представляє альтернативний підхід до оцінювання ресторанів[22, 23]. Рейтинг формується на основі голосування міжнародної академії, яка налічує понад 1080 експертів: шеф-кухарів, ресторанных критиків, журналістів та гастрономічних письменників[23].

Академія поділена на 27 географічних регіонів, кожен з яких має 40 членів (1 голова та 39 експертів)[23]. Кожен експерт голосує за 10 ресторанів на основі

особистого досвіду відвідування протягом останніх 18 місяців, причому принаймні 3 ресторани повинні бути за межами домашнього регіону експерта[23]. Це заохочує глобальне різноманіття та обмін кулінарними знаннями.

На відміну від Michelin, 50 Best активно сприяє перетоку кулінарних талантів і знань від Глобальної Півночі до Глобального Півдня[364]. Рейтинг надає значення не лише індивідуальним ресторанам, але й країнам їхнього походження, сприяючи формуванню нових канонів смаку[23]. Ресторани в топ-50 отримують міжнародну славу, різке зростання бронювань (100-300%) та залучення інвесторів[24].

Система критикується за потенційну суб'єктивність та упередженість академії, де голосуючі можуть віддавати перевагу "модним" закладам над стабільно якісними. Географічні обмеження — експерти голосують переважно за ресторани, до яких вони можуть доїхати — також створюють нерівномірність представництва[23].

La Liste, заснований у 2015 році за підтримки Французького Міністерства закордонних справ, використовує унікальний підхід до оцінювання ресторанів через агрегацію даних з понад 1000 джерел по всьому світу[25]. Система об'єднує оцінки з професійних путівників (Michelin, Gault & Millau, Gambero Rosso), онлайн-платформ (TripAdvisor, Google Reviews, Yelp), критичних рецензій та клієнтських рейтингів[25].

La Liste використовує алгоритм, який нормалізує різні системи оцінювання до єдиної шкали 0-100 балів. Алгоритм враховує репутацію джерела, кількість відгуків, узгодженість оцінок та свіжість інформації. Результатом є глобальний рейтинг 1000 найкращих ресторанів світу з найширшим географічним охопленням — 195+ країн [25].

На відміну від Michelin (секретність) та 50 Best (суб'єктивне голосування), La Liste пропонує найбільш прозору методологію[25]. Користувачі можуть бачити, які джерела були використані для оцінки кожного ресторану, що підвищує довіру до рейтингу.

Незважаючи на об'єктивність, La Liste має менший вплив на споживачів і ресторанну індустрію порівняно з Michelin та 50 Best через нижчу впізнаваність

бренду[25]. Агрегація може також призводити до "розмивання" стандартів, оскільки включаються дуже різні типи джерел з різними критеріями якості.

Таблиця 1.2.

Топ-10 ресторанів світу за трьома рейтингами одночасно

Позиція	Ресторан	Місто, Країна	Шеф-кухар	Michelin	50 Best (2024)	La Liste (бал)
1	Osteria Francescana	Модена, Італія	Massimo Bottura	3 зірки	Top 5	99.75
2	El Celler de Can Roca	Жирона, Іспанія	Joan, Josep, Jordi Roca	3 зірки	Top 10	99.50
3	Eleven Madison Park	Нью-Йорк, США	Daniel Humm	3 зірки	Top 10	99.25
4	Mirazur	Ментон, Франція	Mauro Colagrecó	3 зірки	Top 5	99.75
5	Central	Ліма, Перу	Virgilio Martínez	—	Top 3	99.00
6	Quintonil	Мехіко, Мексика	Jorge Vallejo	—	Top 15	98.50
7	The Restaurant at Meadowood	Напа, США	Christopher Kostow	3 зірки	Top 50	98.75
8	Arzak	Сан-Себастьян, Іспанія	Juan Mari Arzak	3 зірки	Top 30	99.00
9	Le Bernardin	Нью-Йорк, США	Eric Ripert	3 зірки	Top 20	99.25
10	Alléno Paris	Париж, Франція	Yannick Alléno	3 зірки	Top 50	98.50

*розроблено на основі [22, 23, 25].

Osteria Francescana (Модена, Італія) під керівництвом Massimo Bottura неодноразово визнавалася найкращим рестораном світу за версією The World's 50 Best[22]. Ресторан поєднує традиційну італійську кухню з авангардними техніками, створюючи емоційні гастрономічні оповіді. Signature-страва "Oops! I Dropped the Lemon Tart" стала іконою сучасної високої кухні.



Рис. 1. Osteria Francescana (Модена, Італія)

El Celler de Can Roca (Жирона, Іспанія) керується трьома братами Roca, які представляють синергію кулінарної майстерності (Joan), винної експертизи (Josep) та кондитерського мистецтва (Jordi). Ресторан тричі ставав переможцем The World's 50 Best та зберігає 3 зірки Michelin з 2009 року[23].

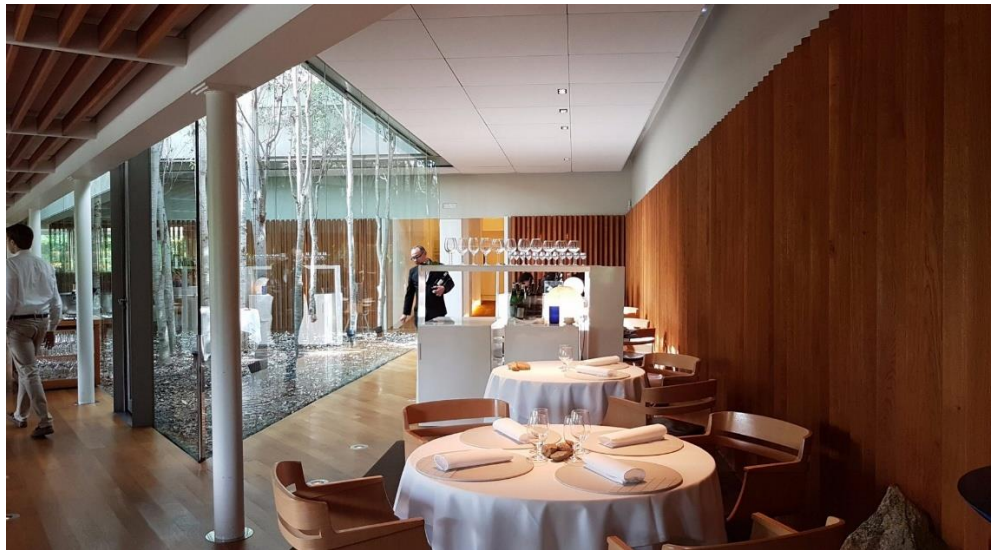


Рис. 1. El Celler de Can Roca (Жирона, Іспанія)

Central (Ліма, Перу) Virgilio Martínez представляє концепцію "вертикальної гастрономії", де кожна страва відображає певну висоту перуанських екосистем — від Тихого океану до Анд. Незважаючи на відсутність зірок Michelin (путівник не охоплює Перу), Central визнаний одним з найінноваційніших ресторанів світу[23].

Mirazur (Ментон, Франція) Mauro Colagresco отримав 3 зірки Michelin у 2019 році та був визнаний найкращим рестораном світу у 2019 році за версією 50 Best[22]. Розташований на кордоні Франції та Італії, ресторан використовує власний город та представляє "місячну кухню" — меню змінюється відповідно до фаз місяця[10].



Рис. 1. Страви з меню ресторану Mirazur (Ментон, Франція)

Висновки до 1 розділу

Організаційна структура ресторанів високої кухні побудована за класичною бригадною системою Ескоф'є, що забезпечує високий рівень спеціалізації, чіткість обов'язків та стабільність якості.

Шеф-кухарі виконують подвійну роль: вони не лише відповідають за творчість і концепцію, але й керують операційною та стратегічною діяльністю ресторану.

Якість продукції підтримується через строгий контроль інгредієнтів, технологічні карти, дегустації та стандарти безпеки харчування.

Інновації є невід'ємною частиною функціонування таких закладів — творчість, нові техніки та співпраця з зовнішніми партнерами стимулюють розвиток haute cuisine.

Фінансова модель високої кухні передбачає значні інвестиції та ретельне управління витратами, щоб зберегти рентабельність при преміальному сервісі.

Репутація та рейтинги (Michelin, Gault & Millau та ін.) мають критичне значення: вони впливають на попит, імідж та стабільність бізнесу.

Організаційна культура таких ресторанів — це середовище дисципліни, наставництва та постійного професійного розвитку, яке підтримує високу гастрономічну майстерність і творчість.

Порівняльний аналіз трьох провідних рейтингових систем демонструє різні підходи до оцінювання якості в індустрії високої кухні:

1. Michelin Guide залишається найавторитетнішою системою завдяки довгій історії, професійній експертизі та фокусу на стабільній якості страв [16].

2. The World's 50 Best Restaurants сприяє глобальному різноманіттю, інноваціям та формуванню нових гастрономічних центрів за межами традиційної європейської кухні[22].

3. La Liste пропонує найширше географічне охоплення та найбільш об'єктивну методологію через агрегацію множини джерел[25].

РОЗДІЛ 2.

АНАЛІЗ СУЧАСНИХ СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ГАСТРОНОМІЇ

2.1. Глобальні гастрономічні тренди (2024-2025 рр.)

Ресторанний сектор відіграє важливу роль у культурній економіці країни, адже він постійно має реагувати на зміни споживчих звичок, що формуються під впливом нових вражень та технологічних новацій. Ключовими чинниками інновацій у цій сфері є кулінарна творчість, дизайн ресторанного простору, рівень сервісу та ступінь технологічного оснащення — усе це визначає здатність закладу забезпечити гостям унікальний та незабутній досвід [5].

Низка моделей підтверджує, що ресторани інновації тісно пов'язані з брендом, сприйнятою якістю та лояльністю клієнтів. Відкрита інноваційність — зокрема співпраця з іншими учасниками ринку чи впровадження нових інгредієнтів та додаткових сервісів — стає важливим фактором успішності закладів. Конкуренція стимулює появу нових продуктів, однак саме інвестиції в інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) та розвиток персоналу виявляються визначальними для інновацій як у продуктах, так і у виробничих процесах ресторанної індустрії [5].

Креативність і здатність впроваджувати новації стають критично важливими умовами успіху, підвищення ефективності та довгострокової життєздатності бізнесу у гастрономічному секторі. Дослідження свідчать, що інтеграція технологій безпосередньо у зону обслуговування — наприклад, використання інтерактивних столів — може збільшувати продуктивність ресторану приблизно на 11%. Сучасні цифрові інструменти, включаючи штучний інтелект, мобільні застосунки, самообслуговувальні кіоски та чат-боти, докорінно трансформують споживчий досвід та сприяють подальшій автоматизації процесів у закладах харчування [5].

Гастрономічна сфера у 2024–2025 роках продовжує еволюціонувати під впливом глобальних викликів, таких як сталість, здоров'я та культурні обміни. Тренди відображають прагнення до інновацій, локальних продуктів та ф'южн-

кухонь, з акцентом на рослинні альтернативи, ферментацію та персоналізовані досвіди. На основі аналізу звітів від Michelin Guide, National Geographic, Mintel та інших джерел, узагальнено ключові глобальні тенденції:

1. Ф'южн глобальних смаків (Ethnic Fusion)

Шеф-кухарі все частіше поєднують традиційні кухні різних культур, створюючи гібридні страви. Наприклад, британсько-мексиканські інтерпретації з словенськими інгредієнтами чи азіатські солодощі з західними елементами. Цей тренд підкріплений зростанням інтересу до автентичних глобальних продуктів, таких як спеції Близького Сходу чи вулична їжа Південно-Східної Азії [26].

2. Стабільність та zero-waste кулінарія

Фокус на регенеративному землеробстві, циклічних системах харчування та використанні всіх частин інгредієнтів. Шеф-кухарі, як Mauro Colagreco (Mirazur), просувають екологічні ініціативи, включаючи локальні продукти та зменшення відходів. Ринок культивованого м'яса зростає на 41,4% щорічно, досягаючи \$5,1 млрд до 2025 року.

3. Рослинні альтернативи та здорове харчування

Перехід до plant-based страв, включаючи гриби як "м'ясо" (наприклад, pulled shiitake чи mycelium bacon), та функціональні продукти з пробіотиками, адаптогенами та суперфудами. Гут-хелс (здоров'я кишківника) стає пріоритетом, з акцентом на ферментовані продукти як кімчі чи місо. Ринок функціональних продуктів зростає на 8,6% щорічно [27].

4. Гастрономічний туризм та локальні продукти

Зростання кулінарного туризму: від кулінарних турів до фестивалів та уроків приготування. Ринок food tourism сягає \$967,6 млрд у 2025 році з CAGR 18%. Популярні гіперлокальні інгредієнти, як ягоди чи дикі трави, та регіональні кухні (наприклад, баскська чи індіанська в Канаді) [28].

У 2024 році Європа домінувала на ринку кулінарного туризму. Європа має найбільшу кількість туристів у світі, що має великий вплив на розширення індустрії кулінарного туризму. Країна має широкий спектр різноманітності та культурної спадщини з наявністю низки місцевих кулінарних та продовольчих пам'яток.

Зростаюча присутність привабливих туристичних місць та кулінарної спадщини приваблює туристів віддавати перевагу європейським країнам для подорожей.



Рис. 2.1. Розмір та зростання європейського ринку кулінарного туризму з 2025 по 2034 рік [28].

5. Інновації в напоях та снєкінгу

Зростання інтересу до азіатських напоїв (саке, соуджу, юзу), bookshop bars та суперчітких коктейлів. Снеки замінюють традиційні прийоми їжі, з акцентом на незвичайні комбінації (наприклад, сандвічі з глобальними соусами). Ринок саке зростає на 4,8% щорічно.

6. Технології та персоналізація

AI для персоналізованих меню та ghost kitchens (віртуальні бренди доставки). Ринок AI в харчовій промисловості досягне \$29,94 млрд у 2025 році. Споживачі шукають "бунтарські" вибори, як соуси на всьому чи колаборації брендів [29].

Ці тренди свідчать про перехід до свідомого, інклюзивного та інноваційного харчування, де глобальне поєднується з локальним. Для глибшого занурення рекомендую ознайомитися з джерелами нижче.

Українська кухня, традиційно багата на зернові, овочі (буряк, капуста, картопля) та ферментовані продукти, у 2024–2025 роках переживає справжній

ренесанс. Під впливом глобальних гастрономічних тенденцій, воєнних реалій та зростання інтересу до локальних продуктів, вона еволюціонує: від класичних страв на кшталт борщу та вареників до сучасних інтерпретацій з акцентом на сталість, здоров'я та ф'южн. Зростання популярності за кордоном (від Нью-Йорка до Сіднея) робить українську кухню частиною світового тренду на автентичні, етнічні смаки. На основі аналізу звітів Statista, Visit Ukraine, BBC Travel та інших джерел, ось ключові тенденції [30-34]:

1. Відродження традиційних страв у сучасному ключі (New Ukrainian Cuisine)

Шеф-кухарі, як Євген Клопотенко, переосмислюють класику: борщ з локальних органічних буряків, вареники з незвичайними начинками (наприклад, з ферментованими овочами чи травами Карпат), сало з екзотичними маринадами (часник, паприка, трави). Це не просто ностальгія, а адаптація до здорового харчування – менш жирні версії, з акцентом на свіжість. У 2024 році борщ визнано ЮНЕСКО нематеріальною культурною спадщиною, що підштовхнуло глобальний бум [30].

2. Фокус на локальних та органічних продуктах

Зростання попиту на органічні продукти: локальні зерна (пшениця, жито), овочі з українських ферм та дикі трави. Ринок органічної їжі в Україні зростає на 10–15% щорічно, з акцентом на "хлібний кошик Європи". Тренд на zero-waste: використання всіх частин продуктів, як у традиційній гусянці чи мачанці (м'ясо з кістками). У 2025 році очікується бум фермерських ринків та колаборацій ресторанів з локальними виробниками [30].

3. Рослинні альтернативи та здорове харчування

Plant-based версії класики: веганський борщ без м'яса, сирники з рослинних альтернатив чи дерунів з цвітної капусти. Зростання інтересу до безглютенових опцій (на основі гречки чи проса) та функціональних продуктів з пробіотиками (ферментований квашена капуста, кисломолочні напої). Це відображає глобальний тренд на gut-health: ринок здорового харчування в Україні сягне 5 млрд грн до 2025 року. Популярні суперфуди: гарбуз, чорниця, гриби з Карпат [31].

4. Глобальний ф'южн та експорт української кухні

Українська кухня інтегрується в світові меню: котлета по-київськи з азійськими спеціями, вареники в ф'южн з мексиканськими соусами. У 2024 році українські ресторани відкриваються в Таллінні, Мюнхені, Варшаві; мережі як Mimosa Group розширюються. Зростання гастрономічного туризму: тури по виноробнях (з фокусом на українські вина) та фестивалі, як Kyiv Food Festival. Ринок ресторанів адаптується до війни через колаборації та доставку [33].

5. Інновації в напоях та снєкінгу

Бум українських напоїв: медовуха, наливки з локальних ягід, кав'ярня з грибною кавою (адаптогени для імунітету). Снеки: сушене сало, органічні чіпси з буряка чи хлібці з житнього борошна. У 2025 році очікується зростання craft-пивоваріння з українськими травами та безалкогольних варіантів для здорового способу життя [32].

6. Сталість та технології в кулінарії

Еко-тренди: біодинамічне землеробство, зменшення харчових відходів (переробка шкірок, кісток). Технології: додатки для персоналізованих рецептів на основі локальних інгредієнтів, "розумні" кухні в ресторанах. У контексті війни – фокус на доступність: бюджетні, але смачні страви для щоденного раціону [34].

Ці тренди роблять українську кухню не тільки смачною, але й актуальною: вона поєднує спадщину з інноваціями, сприяючи культурній дипломатії. Для глибшого знайомства відвідайте ресторани як Капара чи фестивалі – або готуйте вдома за рецептами від Клопотенка.

2.2. Цифровізація та технологічні інновації у ресторанах високої кухні

Цифровізація та технологічні інновації революціонізують ресторанну індустрію високої кухні, трансформуючи усі аспекти діяльності — від операційних процесів до клієнтського досвіду. Ця трансформація особливо помітна в секторі fine dining, де передові технології інтегруються з високими стандартами сервісу та кулінарної майстерності.

Штучний інтелект докорінно змінює підхід до персоналізації у fine dining ресторанах. AI-системи аналізують величезні обсяги даних про переваги гостей,

історію замовлень та поведінкові патерни для створення індивідуалізованих рекомендацій. Системи на основі машинного навчання використовують колаборативну фільтрацію та контент-орієнтований підхід для пропозиції страв, які максимально відповідають смаковим уподобанням конкретного гостя.

AI-powered чатботи та віртуальні асистенти дозволяють обробляти замовлення, відповідати на запитання клієнтів та надавати персоналізовані рекомендації, оптимізуючи час обслуговування та покращуючи загальний досвід. Особливо інноваційними є системи розпізнавання зображень, які аналізують візуальні дані страв для створення рекомендацій на основі візуальних уподобань гостя [35].

AI революціонує процес розробки меню та кулінарної творчості. Алгоритми аналізують дані про переваги гостей, ринкові тренди, доступність інгредієнтів та сезонність для оптимізації вибору страв, цінових стратегій та промоційних активностей. Системи генерації рецептів на основі AI пропонують унікальні поєднання смаків та інгредієнтів, стимулюючи кулінарну інновацію.

Дослідження в галузі гастрономії демонструють, як AI-алгоритми аналізують величезні бази даних профілів смаків, композицій інгредієнтів для рекомендації оптимальних поєднань їжі та вина, адаптованих до індивідуальних смаків. Такі системи значно розширюють можливості сомельє та шеф-кухарів у створенні гармонійних гастрономічних композицій [35].

Інтеграція розумних кулінарних систем та робототехніки трансформує кухні високого рівня. Smart cooking системи забезпечують значне спрощення робочих процесів завдяки технологіям автоматизації та AI. Дослідження показують, що автоматизовані системи можуть зменшити середній час обслуговування на 52,76%, підвищуючи ефективність роботи шеф-кухарів.

Робототехнічні кухарі (robotic chefs) представляють перспективну технологію, яка може покращити доступність якісної їжі, зменшуючи час приготування та загальні витрати. Системи, такі як YORI (Yummy Operations Robot Initiative), демонструють здатність автономно виконувати широкий спектр

кулінарних завдань, готувати кілька страв одночасно та адаптуватися до різноманітних кулінарних активностей.

Сервісні роботи у *fine dining*. У "розумних ресторанах" автоматизовані системи та AI-технології інтегровані в ресторанне середовище, створюючи гібридний досвід обслуговування людьми та автоматизацією.

Blockchain-технологія суттєво підвищує прозорість та довіру в харчових ланцюгах постачання ресторанів. Впровадження blockchain дозволяє значно покращити відстежуваність джерел продуктів, що підвищує задоволеність клієнтів через покращене сприйняття безпеки, якості та натуральності їжі.

Дослідження демонструють, що ефекти blockchain-технології варіюються залежно від типу ресторану (*casual* або *fine dining*) та його локації (туристичні дестинації або житлові райони). Для *fine dining* закладів, де акцент на якості та походженні інгредієнтів є критичним елементом цінності, blockchain забезпечує додаткову конкурентну перевагу.

Системи на основі blockchain дозволяють відстежувати кожен етап ланцюга постачання — від виробників сировини до фінального продукту для споживача. Такі платформи забезпечують незмінність, прозорість та підзвітність даних, що особливо важливо для преміум-сегменту [36].

QR-код меню та мобільне замовлення.

QR-код меню стали стандартом у ресторанній індустрії, особливо після пандемії COVID-19. Ці технології не лише забезпечують безконтактний досвід, але й підтримують екологічну стійкість, зменшуючи відходи від друкованих меню.

Ресторани *fine dining* впроваджують складні системи на основі QR-кодів, які дозволяють гостям не лише переглядати меню, а й здійснювати замовлення, отримувати персоналізовані рекомендації та обробляти платежі безпосередньо зі своїх мобільних пристроїв. Дослідження показують, що впровадження таких систем значно покращує показники задоволеності клієнтів у вимірах оперативності та зручності обслуговування [37].

Інтеграція QR-кодів з Apple Pay та Google Pay трансформує процес оплати у ресторанах. Використання технології Virtual Terminal Service (VTS) підвищує

безпеку транзакцій, забезпечуючи ефективні зміни в поведінці споживачів та значний тренд до використання мобільних платежів.

Системи безконтактних платежів знижують час очікування, мінімізують фізичний контакт і підвищують загальну безпеку транзакцій. Для *fine dining* закладів це також означає можливість інтеграції програм лояльності та персоналізованих пропозицій безпосередньо в процес оплати [37].

Projection Mapping та візуальні інновації.

Технологія *projection mapping* створює унікальні імерсивні гастрономічні досвіди у *fine dining* ресторанах. Проект "le Petit Chef" є прикладом успішної інтеграції анімації та проєкційного мапінгу, де на столі гостя відтворюється 3D-анімація процесу приготування страви мініатюрним віртуальним шеф-кухарем [38].

Хмарні POS-системи та управління.

Хмарні технології революціонізують системи управління ресторанами. Сучасні *Restaurant Management Systems (RMS)* інтегрують обробку замовлень, управління запасами, планування графіків персоналу та залучення клієнтів в єдину платформу.

Цифрові агенції для *foodtech*-сектору підкреслюють, що цифрова трансформація передбачає не просто встановлення сучасного обладнання чи програмного забезпечення, а фундаментальні зміни в підходах до управління, корпоративної культури та комунікацій.

Big Data та прогнозна аналітика.

Аналітика великих даних дозволяє ресторанам високої кухні приймати обґрунтовані рішення на основі даних про поведінку клієнтів, операційні показники та ринкові тренди. Системи збирають та аналізують дані з множини джерел — від онлайн-резервацій до соціальних мереж — для оптимізації всіх аспектів бізнесу.

Прогнозна аналітика використовується для передбачення попиту на конкретні страви, оптимізації закупівель інгредієнтів та управління запасами. Це

дозволяє не лише зменшити відходи, але й забезпечити постійну наявність необхідних інгредієнтів для підтримки високих стандартів якості.

CRM та програми лояльності.

Цифрові системи управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM) інтегровані з AI-алгоритмами дозволяють створювати високоперсоналізовані програми лояльності. Дослідження показують, що у випадку *fine dining* ресторанів найбільший вплив на залучення клієнтів мають *experiential marketing* та атмосфера закладу, при цьому *brand persona* виступає медіатором цих ефектів.

Таким чином, на основі вищенаведеного можна зробити висновки:

1. Цифровізація та технологічні інновації фундаментально змінюють ресторани високої кухні, відкриваючи нові горизонти для операційної досконалості, глибокої персоналізації та сталого розвитку. Штучний інтелект і машинне навчання вже зараз оптимізують розробку меню, прогнозують попит, мінімізують харчові відходи та підвищують точність закупівель. Робототехніка та автоматизація доповнюють (а не замінюють) майстерність шеф-кухарів, прискорюючи рутинні процеси й гарантуючи стабільно високу якість виконання.

2. Blockchain забезпечує абсолютну прозорість походження інгредієнтів — критично важливий фактор для преміум-сегменту, де гості готові платити за автентичність і етичність. Імерсивні технології (*projection mapping*, *mixed* та *augmented reality*) перетворюють звичайну вечерю на багатосенсорний перформанс, виводячи гастрономічний досвід далеко за межі смаку.

Проте ключ до успіху — у тонкому балансі: технології мають підсилювати, а не витіснити людський дотик, емоційність і гостинність, які завжди залишаються серцем *fine dining*. Успішна трансформація можлива лише за умови подолання бар'єрів — високої вартості впровадження, дефіциту цифрових компетенцій та внутрішнього опору — через стратегічне планування, навчання команд і поетапне інтегрування нововведень.

2. Майбутнє високої кухні — це симбіоз передових технологій і вічної гастрономічної майстерності, який дозволить створювати глибоко

персоналізовані, екологічно відповідальні та незабутні враження для нового покоління вимогливих гостей.

2.3. Трансформація формату Fine Dining в Україні в сучасних реаліях

Сучасна світова ресторанна індустрія активно трансформується та демонструє високу динаміку розвитку. У цій сфері постійно виникають нові формати, підходи та бізнес-моделі, значна частина яких пов'язана з технологічними інноваціями та змінами у стилі життя споживачів. Зокрема, у багатьох країнах популярності набувають фудхоли та ресторани з акцентом на відповідальне ставлення до довкілля [1].

Зростаюче усвідомлення екологічних проблем – надлишку харчових відходів, одноразової пластмаси та інших видів забруднення – стимулює рестораторів переходити на більш стійкі та натуральні рішення. Все більше гостей обирають заклади, які демонструють екологічність, мінімізацію відходів і соціальну відповідальність [1].

Ще однією важливою тенденцією стає зростання попиту на рослинну кухню та локальні продукти. Ресторани дедалі частіше формують меню з акцентом на овочеві страви та рослинні інгредієнти, реагуючи на інтерес споживачів до здорового харчування. Окремі дієтичні програми, збалансовані страви й підвищена увага гостей до вмісту білка також впливають на формування сучасного меню [1].

Український ресторанний ринок, попри війну та економічні виклики, має помітний потенціал зростання. Нинішня криза змушує бізнес шукати нові підходи до управління, оптимізувати роботу та впроваджувати інновації.

У дослідженні Поворознюк І. наголошується, що ресторанна справа відіграє важливу роль у вирішенні соціально-економічних завдань країни. Розвиток закладу залежить від здатності менеджерів оперативно реагувати на зміни, приймати ефективні рішення й адаптувати структуру підприємства до нестабільних умов. Поняття «адаптивної організації» передбачає вміння ресторану швидко перебудовуватись, знаходити власну нішу й витримувати конкуренцію на регіональному ринку [1].

На основі аналітики міжнародних дослідницьких агентств Примак А. визначає низку прогресивних напрямів, що формують глобальний розвиток ресторанної індустрії [], зокрема:

- визначення курятини як базового виду м'яса завдяки її універсальності та швидкому приготуванню;
- поєднання автентичного азійського досвіду з європейськими техніками;
- заміна дорогих морепродуктів більш доступними аналогами (оселедець, сардина, анчоус);
- використання інноваційних технологій впливу на всі сенсорні рецептори гостя (як у ресторанах «Pass» у Техасі чи «Treeswijkhoeve» у Нідерландах);
- розміщення ресторанів у нестандартних локаціях — від вокзалів до музеїв;
- впровадження дегустаційних сетів та мініпорцій замість великих меню;
- розвиток спеціалізованих закладів (вегетаріанських, веганських, «моноресторанів»);
- створення нових видів приправ і гастрономічних добавок (томатний джем, бурякове масло, ароматизовані олії);
- поява невеликих локальних мереж, що враховують міграційні особливості регіонів;
- орієнтація на місцеві напої — вина, крафтове пиво, натуральні соки замість міцного алкоголю.

Отже, сучасні тенденції розвитку ресторанного бізнесу свідчать про його демократизацію, професіоналізацію та зростання конкуренції. Ресторани дедалі більше орієнтуються на гостя, екологічність, локальні продукти й інноваційні формати, що формує нову якість індустрії гостинності.

Автори зазначають :«Сучасний імідж ресторанів Fine Dining вийшов за межі суворих історичних канонів, що сформувалися у Франції і регламентували правила приготування та складання меню. Перед закладами постає складне завдання: підтримувати високі стандарти якості, притаманні традиційній високій кухні, і водночас дивувати вибагливого клієнта інноваціями. Успішність вирішення цієї

дилеми залежить від зовнішньої оцінки, адже легітимність дій організації визначається судженнями медіа, експертів та відвідувачів » [8].

Формат *fine dining* в Україні, як преміум-сегмент ресторанної сфери, демонструє вражаючу адаптивність до криз. Пандемія (2020–2021) примусила перейти до доставки, онлайн-меню та *outdoor*-обслуговування, а повномасштабна війна з 2022 року додала виклики на кшталт обстрілів, дефіциту кадрів та зростання цін. Нижче наведено конкретні приклади ресторанів, які не просто вижили, а трансформувалися: від гібридних моделей до фокусу на локальних продуктах та емоційному комфорту. Ці кейси базуються на аналізі звітів та медіа 2024–2025 рр., де ринок зріс на 10–30% за виручкою, але з акцентом на сталість (табл.2.1). [39-41].

Таблиця 2.1.

Приклади змін у форматі Fine Dining в Україні: постпандемічний період та час війни (2022–2025 рр.)

Заклади	Місто	Ключові зміни під час пандемії та війни	Що саме зробили (2022–2025)
Beef	Київ	Обстріли, зростання цін на м'ясо	Доставка в укриття, zero-waste, локальне м'ясо, столики для однаків
Elevato	Київ	Пошкодження дроном, відключення світла	Свічкові вечери, pop-up колаборації, локальні суперфуди
Mirali	Київ	Повне закриття на початку війни	Відновлення як гібрид (благодійні ланчі + вечірні сети), AI-меню
Gastrofamily (Mafia, Chornomorka)	Київ, Одеса, Львів	Скорочення штату, блекауту	Генератори, доставка в укриття, жіноче лідерство

Таким чином, можна стверджувати, що *Fine dining* в Україні став «островом нормальності» – гості платять не лише за їжу, а й за відчуття безпеки та комфорту.

Усі успішні заклади перейшли на локальні продукти, zero-waste і гнучкі формати (доставка, рор-ап, благодійність).

У 2025 році виживають ті, хто поєднує високу кухню з емоційною підтримкою та сталістю – це вже не розкіш, а нова реальність.

Висновки до розділу 2

Постпандемійний період та повномасштабна війна спричинили системну трансформацію сегменту *fine dining* в Україні:

Зміщення ціннісної пропозиції: від статусної розкоші до емоційно-компенсаторної функції («острів нормальності»).

Перехід до гіперлокальних та органічних інгредієнтів (зростання частки українських продуктів у меню до 70–90 %), що зумовлено логістичними ризиками та економічною доцільністю.

Впровадження zero-waste та регенеративних практик як базового стандарту преміум-сегменту.

Інтеграція цифрових інструментів (AI-персоналізація, QR-меню, системи прогнозування попиту) з одночасним збереженням високого рівня людської взаємодії.

Формування гібридних бізнес-моделей (*fine dining* + благодійність + доставка + рор-ап + міжнародна експансія), що забезпечує стійкість за умов невизначеності.

Перетворення «нової української кухні» на конкурентоспроможний глобальний продукт, що виконує функцію культурної дипломатії.

Таким чином, сучасний український *fine dining* 2024–2025 рр. є унікальним прикладом адаптивної моделі, яка поєднує високу гастрономічну майстерність із соціальною та екологічною відповідальністю в умовах тривалої кризи.

РОЗДІЛ 3. СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАНІВ ВИСОКОЇ КУХНІ В УКРАЇНІ

3.1. Досвід світових та українських маестро високої кухні

Висока кухня (fine dining) — це не просто приготування їжі, це мистецтво. Проаналізуємо як найбільші кулінарні таланти світу та України розуміють це мистецтво та втілюють його на практиці.

Світова висока кухня переживає справжню «рослинну революцію»: дедалі більше шефів зі світовим ім'ям створюють вегетаріанські та веганські дегустаційні сети, які змушують забути про м'ясо навіть найзатятіших м'ясоїдів.

У США Томас Келлер, Жан-Жорж Вонгеріхтен, Ерік Ріпер та Чарлі Троттер спільно видали книгу *Great Chefs Cook Vegan* — це стало каталізатором тренду. У Дубаї Габріель Курц (Magnolia) і берлінський Майкл Хоффман (Margaux*) подають розкішні рослинні меню, а німецький телешоу-шеф Крістіан Хенце прямо заявляє: «Вегетаріанська кухня — це безмежна творчість, і сьогодні в топових ресторанах уже є повноцінні рослинні вечері».

Рене Редзепі можна назвати революціонером сучасної кухні.

Засновник і шеф ресторану Noma (Копенгаген), який 5 разів (2010, 2011, 2012, 2014, 2021) визнавався найкращим рестораном світу за версією *The World's 50 Best Restaurants*.

У 2021 році Noma отримала 3 зірки Michelin (вже в новому форматі після закриття та перезапуску 2018 року).

Винайшов напрям *New Nordic Cuisine* – кухня, побудована виключно на локальних і сезонних продуктах Скандинавії (море, ліс, ферми), з акцентом на ферментацію, дикорослі та мінімум імпорту. Увів у світову моду такі інгредієнти, як мурахи (з кислінкою лимона), ферментовані гриби, морські водорості, ягоди ялівцю, живі креветки тощо.

Автор бестселерів:

«Noma: Time and Place in Nordic Cuisine»

«The Noma Guide to Fermentation» (разом із Девідом Зільбером) – стала біблією для шефів усього світу.

Створив MAD Academy – найбільшу освітню платформу для шефів (щорічний симпозиум MAD у Копенгагені збирає тисячі кухарів).

У 2016 році переніс Noma на 10 тижнів у Сідней, у 2017 – у Мехіко, у 2024 – у Кіото, кожного разу створюючи повністю нове меню з місцевих продуктів і розпродуючи місця за секунди.

Виховав десятки зірок, які зараз мають свої мішленівські ресторани:

Метью Орландо (Amass, Копенгаген)

Крістіан Бауманн (ex-Relæ → 108)

Розіо Санчес (ex-Noma Mexico → Hija de Sánchez, Sanchez)

Меїр Адоні (Samna, Київ) – теж стажувався в Noma.

Рене Редзепі – це людина, яка буквально змінила правила гри: показав, що найкраща кухня світу може бути не французькою чи італійською, а створеною з того, що росте під ногами, якщо підходити до цього з геніальною одержимістю [].

Ален Дюкасс. «Це найвідоміший ресторатор, який володіє понад 50 ресторанами в усьому світі. Свій шлях Ален Дюкасс розпочав в готельному ресторані. Уже в 16 років йому пощастило попрацювати з Роже Верже і Мішелем Гераром. Відомим в світі кулінарії став після того, як, ставши шеф-кухарем знаменитого «Le Louis XV» при «Hotel de Paris» в Монако створив нове меню, в якому елегантно обіграв класичні провансальські рецепти. За це ресторан отримав одразу три зірки Мішлен. На сьогоднішній день у Алена Дюкаса три ресторани і у кожного з них по три мішленівських зірки. Спеціалізується кухар на старих та забутих рецептах, які він обігрує по-новому і створює з них шедеври. Його ресторани зосереджені у багатьох столицях і великих містах світу. Ален Дюкасс – прихильник нести основи грамотного харчування і вишуканої подачі в маси, а не тільки відкривати мистецтво гарної їжі для богеми і знаті. Дюкасс удостоєний найвищої французької нагороди – ордена Почесного легіону» [].

«Гордон Рамзі. Займає найвищий рівень в рейтингу високоплачуваних та популярних кулінарів світу. Він є власником ресторанів в самих різних частинах

світу: Лондон, Дубаї, Нью-Йорку тощо. Бере участь у кулінарних телепередачах. Наразі у нього 10 ресторанів та 3 бари в Англії і ще 12 ресторанів в інших країнах. Також він написав не одну кулінарну книгу і є автором та ведучим кількох телешоу, найвідоміші – «Мастер Шеф», «Кошмари на кухні Рамзі» та «Пекельна кухня» [].

«Вольфганг Пак. Він розпочинав працювати в місті Лос-Анджелесі в 1982 році, у маленькому ресторанчику «Спаго». На своєму покликанні Вольфганг заробляє близько 20 мільйонів доларів щорічно. Зараз відомий шеф-кухар володіє такими брендами кулінарії, як «Chinois», «Source» і «Cut». Саме він готує урочисті обіди для гостей Губернаторського Балу – урочистої вечери, яка завершує кожну церемонію вручення премії «Оскар». Готувати він навчився ще у своєї матері та так захопився кулінарією, що домігся стажування у всім відомому ресторані «Hotel de Paris» в Монако. Крім того, що Вольфганг Пак володіє більш ніж 80 ресторанами, він ще й автор 30 кулінарних колонок в газетах США і Канади. Крім того, у нього є своє виробництво напівфабрикатів» [].

«Маріо Баталі. Свою кар'єру Маріо Баталі починав з самих низів – працював посудомийником в ресторані, не дивлячись на те, що мав вищу освіту. Через короткий час він уже працював су-шефом. Завдяки своїй наполегливості та працелюбності незабаром його стали запрошувати в престижні ресторани в США та пропонувати великі гонорари. Коли Маріо Баталі опинився на піку популярності, він раптово поїхав в маленьке італійське містечко, щоб досягнути всі тонкощі італійської кухні. Зараз йому належить кілька ресторанів, він написав 9 книг з кулінарії та вважається неперевершеним фахівцем італійської кухні» [].

«Нобу Матсукіса. Це японський кулінар, який за свою кар'єру шеф-кухара змінив ресторани Аляски, Аргентини, Токіо і Перу. Його статок становить 10 мільйонів доларів США, плюс йому належать 17 ресторанів «Нобу» по всьому світу, де подають, зрозуміло, суші.

Нобуюкі Нобу Матсукіса став відомим завдяки фьюжн-кухні. У своїх стравах Нобуюкі прекрасно поєднує класичні страви з мотивами японської кухні та інгредієнти з південноамериканської кухні. В молодості він працював в японських суші-барах, коли його раптом запросили працювати в Перу. Потім він працював в

Аргентині і тільки після цього перебрався в Лос-Анджелес. Саме там, в 1987 році він відкрив свій перший ресторан «Mutsuhisa» і майже одразу потрапив до десятки кращих кухарів світу. Зараз він власник мережі ресторанів «Nobu», яку в 1994 році відкрив спільно з Робертом Де Ніро. Постійні відвідувачі його закладів зірки Голлівуду. А критики кажуть, що Нобуюкі Нобу Мацухіса створює страви, яким по стилю немає рівних».

В Україні нове покоління шефів уже давно працює на світовому рівні. Британський видавець Пітер Маршалл включив до своєї книги одразу 24 українських майстри. Ось найяскравіші приклади 2024–2025 років:

Віталій Гуралевич – навчався в Баскському кулінарному центрі та у Ферранді Адріа, відроджує рецепти 1900–1930-х, автор книги «Дикорослі в українській кухні» (2020), колишній бренд-шеф мережі «Самогонна ресторація» (переможець премії СІЛЬ як найкращий ресторан української кухні), нині співвласник і шеф ресторану «Хата» (Чернівці).

Євген Клопотенко – переможець «МастерШеф-5», випускник Le Cordon Bleu (Франція), співзасновник ресторану «100 років тому вперед» та бістро «Інші», автор сайту klorotenko.com (понад 2 млн відвідувачів щомісяця), головний ідеолог «нової української кухні», завдяки йому борщ внесено до списку ЮНЕСКО.



Рис.3.1. Євген Клопотенко

Ярослав Артюх – перший українець, офіційно згаданий у Michelin Guide (2018, за ресторан «Канапа»), поєднує молекулярні техніки з автентичними

українськими рецептами, довгий час був шефом флагманського ресторану мережі Дмитра Борисова.



Рис.3. 2 Ярослав Артюх

Володимир Ярославський – суддя «МастерШеф», шеф-кондитер, навчався у найкращих школах Франції та Бельгії, бренд-шеф мережі «Сім'я ресторанів Дмитра Борисова», автор десертів, які копіюють по всій країні.

Юрій Ковриженко – один із найвідоміших амбасадорів української кухні за кордоном, працював у США, Канаді, Європі, відкрив поп-апи в Лондоні та Дубаї, регулярно представляє Україну на World's 50 Best та Madrid Fusión.

Ігор Дубляк – 16+ років досвіду, засновник студії HealthyFood, спеціалізується на здоровій сучасній українській кухні, постійний шеф проекту «Готуємо разом з Miele».

Віктор Тітов (Одеса) – бренд-шеф G-Group, працював у Греції, Норвегії, Аргентині, відкрив ресторан U restaurant about u — чистий український концепт, організатор «Днів української кухні» по всій країні.



Андрій Ключ – автор стилю «Modern Gastro Nostalgia», відкриття ресторанів у Словаччині, нині шеф і керуючий Kritikos (Київ).

Меїр Адоні (Samna, Київ) – топ-3 шефів Ізраїлю, учень Рене Редзепі (Noma) та Хуана-Марі Арзака, приїхав до Києва й одразу підняв планку близькосхідної кухні.

Висновок простий - українські шефи створюють власний стиль, який поєднує локальні продукти, історичні рецепти й сучасні техніки, і цей стиль дедалі частіше звучить на міжнародних майданчиках.

3. 2. Феномен «Нової української кухні» як частина національної ідентичності

Історично так склалося, що територія України протягом століть перебувала у складі різних держав. Саме цей культурно-історичний контекст істотно вплинув на її гастрономію. Сьогодні ми спостерігаємо активне відродження української кухні: дедалі більше шефів звертаються до старовинних рецептів, досліджують локальні продукти й намагаються переосмислити їх у сучасному форматі [18].

Як зазначає у своїй праці Плюта О. П., українська кухня увібрала чимало технічних прийомів від німецької, угорської, татарської та турецької кулінарних традицій, трансформувавши їх відповідно до локальних смаків. Наприклад, обсмажування продуктів у киплячій олії, властиве тюркським кухням, набуло в Україні форми «смаження» — пасерування овочів, що не характерне для російської кулінарії. Турецька «дюш-вара» дала початок українським вареникам, які згодом отримали характерні національні начинки — від вишні та сиру до цибулі й шкварок [20]. З німецької кухні були запозичені техніки шинкування, січкування та різноманітні методи подрібнення їжі, що стало основою для численних рулетів, фаршированих страв, запіканок і «січеники» — аналогів німецьких битків і котлет [19, с. 149].

Про «нову українську кухню» активно заговорили у 2014 році, що багато в чому було зумовлено постмайданними культурними змінами. Українські ресторани поступово відходили від постколоніальних репрезентацій із пасторальними, надмірно стилізованими образами. Традиційні страви почали інтерпретувати у сучасний спосіб: у меню з'являлися борщ, поданий у запеченій капусті, чорні вареники, паштет з азовського бичка, желе з ромашки тощо.

Одним із перших закладів, що започаткував концепцію «нової української кухні», став ресторан-салон «Канапа», відкритий у 2013 році на Андріївському узвозі в Києві. Згодом до пошуків нових форм національної гастрономії долучилися десятки шефів, блогерів і гастроентузіастів.

На думку Андрія Ключа, шеф-кухаря Semifreddo Restaurant (Київ), українська кухня сьогодні часто недооцінена, хоча її історичні корені надзвичайно глибокі: від пишних застіль стародавніх часів до кулінарних книг французьких авторів XVIII–XIX століть, які інтерпретували українські рецепти. Ключ наголошує, що його стиль Modern Gastro Nostalgia ґрунтується на особистих спогадах і дитячих смаках, які він переосмислює у сучасній гастрономічній формі [18].

Розвиток «нової української кухні» сьогодні виходить за межі ресторанного тренду, перетворюючись на важливий чинник формування національної ідентичності. Після 2014 року гастрономія стала одним із інструментів культурної самоідентифікації України, способом переосмислення власної історії та подолання колоніальних наративів, які довгий час зводили українську кухню до вторинної або спрощеної.

Сучасні українські шеф-кухарі працюють не лише з рецептурами, а й з культурними сенсами: вони відновлюють локальні продукти, досліджують забуті техніки, звертаються до гастрономічних архівів, що робить кухню носієм національної пам'яті. Локальні інгредієнти стають маркерами українськості — карпатські сири, чорноморські морепродукти, поліські ягоди, подільські груші, ферментовані продукти й медові напої формують нову гастрономічну мову.

«Нова українська кухня» також відіграє важливу роль у культурній дипломатії: українські страви дедалі частіше представлені на міжнародних фестивалях, у закордонних ресторанах і тематичних подіях. Визнання українського борщу елементом нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО стало знаковою подією, що підкреслила роль гастрономії як частини національної ідентичності. Таким чином, модерна українська кухня — це не лише про смак, а й про реконструкцію історичної тяглості, формування культурної суб'єктності й творення сучасного образу України у світі.

Українська національна кухня сформувалася на базі регіональних кулінарних традицій, що збереглися донині. Різниця між стравами Галичини, Полісся, Поділля чи Закарпаття залишається відчутною. Головною особливістю української кухні є складні комбінації термічної обробки продуктів та багатокomпонентність страв. Класичним прикладом є борщ, який поєднує до двох десятків інгредієнтів, водночас зберігаючи домінуючий смак буряка.

Більшість національних страв базується на традиційних продуктах — картоплі, буряку, капусті, квасолі, м'ясі, салу, борошні, квасі та соліннях. У XIX столітті важливими елементами українського столу стають помідори й соняшникова олія, що згодом перетворились на ключові продукти кухні [18]. Сьогодні шефи активно досліджують маловідомі, але історично значущі інгредієнти, повертаючи їм місце у сучасній гастрономії.

Відомий ресторатор Ігор Лаврешин підкреслює універсальність української кухні, її здатність гармонійно поєднувати овочі, м'ясні продукти, ягоди, гриби та морепродукти. Він наголошує, що відродження української кухні — це відтворення культурної спадщини, а не наслідування іноземних традицій [18].

Ресторанний експерт Ольга Насонова зазначає, що українська кухня нарешті почала розвиватися не для туристів, а насамперед для внутрішнього споживача. За даними Posteat, у 2023 році кількість нових закладів із українською кухнею зрівнялася з кількістю відкриттів італійських ресторанів. Серед нових концепцій з'явилися «Gastro Укриття», «Любов та люди», «За Шафою», «Чакри», «Полтава» та інші [26].

3.3. Проблеми та стратегічні напрями розвитку вітчизняного сегменту ресторанів високої кухні

Ресторани високої кухні традиційно орієнтовані на аудиторію з високим рівнем доходів. В умовах воєнного стану, економічної нестабільності та міграції значної частини населення цей сегмент стикається зі скороченням попиту. Зміна структури споживчої поведінки також сприяє зростанню інтересу до більш доступних форматів і гастробістро, що зменшує ринкову частку *fine dining*.

Українська ресторанна індустрія переживає суттєвий брак кваліфікованих кухарів, сомельє, кондитерів та менеджерів. Через релокацію за кордон та привабливіші умови праці у країнах ЄС багато фахівців покидають країну. Це ускладнює формування високої гастрономічної культури та стримує розвиток авторської кухні.

Попри розвиток фермерства, в Україні все ще існують проблеми зі стабільністю поставок, сезонністю, відсутністю стандартизації продукції та нестачею спеціалізованих продуктів для *fine dining* (артизанські сири, ферментовані інгредієнти, преміальна риба, нішеві види м'яса та овочів). Це підвищує собівартість страв і залежність від імпорту.

Брак системної гастрономічної освіти споживачів, слабка культура дегустацій, гастрономічної критики та відсутність масових гастроіventів уповільнюють формування стійкого попиту на високий гастрономічний досвід.

Fine dining — капіталомістка галузь, що потребує високих витрат на персонал, обладнання, інгредієнти, дослідження нових технік та маркетинг. Воєнні ризики, відсутність дешевих кредитів і нестабільність валютного ринку зменшують інвестиційну привабливість.

У порівнянні з європейськими гастрономічними центрами, українські ресторани мають обмежену присутність у світових медіа, рейтингах (Michelin, The World's 50 Best) та гастрономічних фестивалях. Це гальмує формування бренду української високої кухні на міжнародному рівні.

Стратегічні напрями розвитку ресторанного сегменту високої кухні:
Підсилення ролі локального продукту та розвиток гастрономічного «терруару».

Опора на локальні інгредієнти — ключ до створення впізнаваної кулінарної ідентичності:

- розвиток фермерських господарств, що забезпечують нішеві продукти;
- кооперація шефів із локальними виробниками;
- популяризація регіональних гастрономічних традицій;
- створення продуктових кластерів (Карпати, Поділля, Полісся).

2.2. Інвестиції в освіту та професіоналізацію галузі:

- розвивати школи гастрономії й кулінарні академії;
- стимулювати стажування українських шефів у провідних ресторанах Європи;

- підтримувати освітні гранти;

- залучати іноземних менторів для передачі технологій *modern cuisine*.

2.3. Розвиток гастрономічного туризму

Формування маршруту української гастрономії (за прикладом *Basque Culinary Center* або *Nordic Food Movement*) може створити додатковий платоспроможний попит. Перспективи включають:

- гастрономічні фестивалі;

- тури «авторськими ресторанами»;

- гастрономічні події на локальних фермах;

- розвиток бутик-готелів із власними *fine dining* ресторанами.

2.4. Інновації та технологічні рішення

Сектор високої кухні потребує впровадження:

- сучасних технік (су-від, ферментація, нітроген, дегідратація, молекулярні елементи);

- цифрових технологій у сервісі;

- автоматизації складних процесів;

- сталих та *zero-waste* практик, що підвищують ефективність.

2.5. Популяризація української кухні на міжнародній арені.

Розвиток гастрономічної дипломатії передбачає:

- участь українських шефів у міжнародних конкурсах;
- співпрацю з Michelin Guide, 50 Best Discovery, Gault&Millau;
- створення українських поп-ап ресторанів за кордоном;
- просування українського бренду через медіа та кулінарних інфлюенсерів.

2.6. Створення національних стандартів та професійної спільноти.

Для розвитку галузі важливо формувати єдине професійне середовище:

- асоціації шеф-кухарів;
- локальні гіді ресторанів;
- галузеві стандарти якості;
- незалежну гастрономічну критику.

2.7. Підвищення інвестиційної привабливості сектору.

Стратегічні кроки:

- доступ до грантів і програм підтримки креативних індустрій;
- залучення приватних інвесторів;
- створення пільг для ресторанів, що підтримують локальних виробників;
- розвиток партнерств між готельним та ресторанним бізнесом.

Український сегмент ресторанної високої кухні перебуває на етапі трансформації. Попри наявні проблеми, він має значний потенціал стати важливим культурним та економічним ресурсом країни. Комбінація інновацій, підтримки локальних виробників, розвитку гастротуризму та міжнародної інтеграції здатна забезпечити сталий розвиток цього сегменту та зміцнити позиції України на світовій гастрономічній карті.

Висновки до розділу 3

Аналізуючи досвід провідних шеф-кухарів світу та України, можна стверджувати, що сучасна висока кухня формується на перетині глобальних трендів, інноваційних технік і локальної гастрономічної ідентичності. Найуспішніші шефи – від Рене Редзепі та Алена Дюкасса до Вольфгана Пака і Нобу

Мацухіси – демонструють: розвиток *fine dining* можливий лише за умови постійного творчого пошуку, роботи з локальним продуктом та переосмислення культурної спадщини. Їхній внесок у гастрономію став визначальним для появи нових напрямів, таких як *New Nordic Cuisine*, ф'южн-кухня чи авторські вегетаріанські дегустаційні сети.

Ключові тенденції світової високої кухні – «рослинна революція», глобальний перехід до локальних інгредієнтів, поширення технік ферментації, нітрогену, молекулярної гастрономії – задають вектор інновацій, який стає орієнтиром і для українських шефів. Найяскравіші світові постаті демонструють, що гастрономія перетворюється на простір міждисциплінарних знань: кулінарія поєднується з антропологією, екологією, історією, технологіями й мистецтвом.

Українські шефи нового покоління активно інтегруються в міжнародний гастрономічний контекст. Постаті Євгена Клопотенка, Ярослава Артюха, Юрія Коврижника, Віктора Тітова, Віталія Гуралевича та інших демонструють, що українська висока кухня може конкурувати на світовому рівні. Їхні проекти поєднують локальні продукти, старовинні рецепти та сучасні техніки (ферментація, локаворство, гастрономічна реконструкція, молекулярні елементи), створюючи унікальний культурний код. Важливо, що українські шефи не наслідують західні моделі, а формують власний стиль – переосмислену українську кухню, яка стає частиною національного брендингу та культурної дипломатії.

Таким чином, розділ демонструє, що успіх як світових, так і українських маестро високої кухні ґрунтується на кількох ключових чинниках:

креативність і авторський підхід як основа конкурентоспроможності;

робота з локальними продуктами та регіональною спадщиною, що створює унікальний гастрономічний «терруар»;

інновації та технологічний розвиток — від молекулярних технік до екологічно сталих практик;

сформовані гастрономічні школи та менторські традиції, які передають досвід наступним поколінням;

глобальна мобільність шефів, що сприяє циркуляції ідей і формує нові

кулінарні рухи.

У підсумку можна констатувати, що українська висока кухня перебуває на етапі активного становлення: вона вже має яскравих амбасадорів, власний стиль і міжнародне визнання, але водночас потребує подальшого розвитку інфраструктури, освіти, локального продукту та міжнародної представленості.

Саме ця комплексність і визначає перехід до наступного розділу, у якому аналізується феномен «нової української кухні» як важливого культурного явища та інструмента формування національної ідентичності.

ВИСНОВКИ

Дослідження показало, що ресторани високої кухні відіграють важливу роль у розвитку світової та української гастрономії. Вони формують нові кулінарні стандарти, створюють унікальні гастрономічні враження та впливають на імідж країни. Сучасний *fine dining* поєднує інновації, авторський підхід шеф-кухарів, якісний сервіс і роботу з локальними продуктами.

У першому розділі встановлено, що світові ресторани високої кухні працюють за чітко налагодженими організаційними моделями, активно впроваджують технології та орієнтуються на міжнародні рейтинги. Основними тенденціями є локальність, екологічність, інноваційні техніки та персоналізація досвіду гостя.

У другому розділі проаналізовано сучасний стан українського ринку. Незважаючи на складні умови воєнного часу, преміальний сегмент продовжує розвиватися: ресторани використовують локальні інгредієнти, впроваджують цифрові рішення, створюють нові формати та підтримують соціальні ініціативи. «Нова українська кухня» стала важливим елементом культурної ідентичності та міжнародного позиціонування України.

Третій розділ показав, що провідні українські шеф-кухарі активно інтегруються у світовий гастрономічний контекст. Вони оновлюють традиційні рецепти, створюють авторські концепції й підвищують репутацію України за кордоном. Водночас для подальшого розвитку галузі потрібні інвестиції, професійна освіта, підтримка локальних виробників і ширша міжнародна промоція.

Узагальнюючи, українська висока кухня перебуває на етапі активного зростання. Вона стає важливим культурним ресурсом, який зміцнює національну ідентичність і підвищує видимість України у світі. Подальший успіх галузі залежить від інновацій, професійної підготовки кадрів, підтримки держави та інтеграції в глобальні гастрономічні процеси.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вимірювання організаційної легітимності в ресторанах високої кухні: сприйняття клієнтів, експертів та ЗМІ. *Emerald*. URL: <https://www.emerald.com/bfj/article/127/13/37/1267041> (дата звернення: 24.11.2025).
2. Глобальні харчові тренди, що переосмислюють те, як ми п'ємо та обідаємо у 2025 році. *MICHELIN Guide*. URL: <https://guide.michelin.com/us/en/article/dining-out/top-food-trends-redefining-how-we-wine-and-dine-in-2025> (дата звернення: 24.11.2025).
3. Доставка в укриття, столики для одинаків і кухарі із зарплатою айтівця. Як змінилися українські ресторани за час війни. *Mind.ua*. URL: <https://mind.ua/publications/20280823-dostavka-v-ukrittuya-stoliki-dlya-odinakiv-i-kuhari-iz-zarplatoyu-ajtivcya-yak-zminilisya-ukrayinski-rest> (дата звернення: 24.11.2025).
4. Екологічна візуальна концепція гібридного анімаційного фільму «Si Dulang» для проєкційного мапінгу вишуканих ресторанів. *Journal of Visual Communication Design*. 2024. URL: <https://journal.uc.ac.id/index.php/VCD/article/view/4646> (дата звернення: 24.11.2025).
5. Емоційний вплив страв порівняно з вином на відвідувачів ресторану: дослідження на прикладі haute cuisine. *Open Innovation*. 2022. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2199853122008654> (дата звернення: 24.11.2025).
6. Кількість клієнтів змінилася. Як ресторани виживають на третьому році війни — що сталося із середнім чеком. *NV Бізнес*. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/markets/yak-zminilisya-ukrajinski-restorani-za-chas-viyni-50462473.html> (дата звернення: 24.11.2025).
7. Романчук О., Никига О., Коваль Р., Голод А. Історія французького гастрономічного гіда Gault & Millau. *Наукові записки Тернопільського*

- національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: Географія. 2023. № 54(1). С. 13–22. DOI: 10.25128/2519-4577.23.1.2.
8. Сталий розвиток ланцюгів поставок морепродуктів за допомогою технології блокчейн: впровадження інновацій бізнесом та підприємцями. *Wiley Online Library*. 2025. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/sd.3424> (дата звернення: 24.11.2025).
 9. Смакуй українську їжу та вино. *Ukraine.ua*. URL: <https://ukraine.ua/visit/taste-food-wine/> (дата звернення: 24.11.2025).
 10. Штучний інтелект трансформує готельну гастрономію: огляд інновацій на основі AI в дизайні меню, приготуванні їжі та взаємодії з клієнтами. *International Journal of Multidisciplinary Research and Publications*. 2024. URL: <https://www.chandigarhphilosophers.com/index.php/ijmrp/article/view/126> (дата звернення: 24.11.2025).
 11. Як війна вплинула на ресторанний ринок України: підсумки 2024 року. *Наш Київ*. URL: <https://nashkiev.ua/news/yak-viina-vplinula-na-restorannii-rinok-ukraini-pidsumki-2024-roku> (дата звернення: 24.11.2025).
 12. Analysis of E-Complaints for Restaurant Enterprises in the World's 50 Best Restaurant List. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 2018. Vol. 6, No. 4. P. 623–635. URL: <https://jotags.net/index.php/jotags/article/view/370/623> (date of access: 24.11.2025).
 13. Constructing Global Tastes: A Comparison of Two Cultural Intermediaries in the Field of High-End Cuisine. *Food, Culture & Society*. 2023. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15528014.2023.2222902> (date of access: 24.11.2025).
 14. Culinary Tourism Market Size 2025 to 2034. *Precedence Research*. URL: <https://www.precedenceresearch.com/culinary-tourism-market> (date of access: 24.11.2025).
 15. Deconstructing Immersion in the Experience Economy Framework for Immersive Dining Experiences through Mixed Reality. *Foods*. 2022. Vol. 11, No. 23. Article

3780. URL: <https://www.mdpi.com/2304-8158/11/23/3780/pdf> (date of access: 24.11.2025).
16. Destination Image Semiotics: Evidence from Asian and European Upscale Hospitality Services. *Tourism and Hospitality*. 2024. Vol. 5, No. 2. Article 29. URL: <https://www.mdpi.com/2673-5768/5/2/29/pdf> (date of access: 24.11.2025).
17. Diner's Sustainable Behavior: Differences between Sustainable Behaviors of Casual and Fine Dining Consumers. *Journal of Foodservice Business Research*. 2022. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1528008X.2022.2070819> (date of access: 24.11.2025).
18. Enhancing Restaurant Payments with QR Code Integration for Apple and Google Pay. *Online Scientific Research*. 2022. URL: <https://www.onlinescientificresearch.com/articles/enhancing-restaurant-payments-with-qr-code-integration-for-apple-and-google-pay.pdf> (date of access: 24.11.2025).
19. Examining Luxury Restaurant Dining Experience towards Sustainable Reputation of the Michelin Restaurant Guide. *Sustainability*. 2020. Vol. 12, No. 5. Article 2134. URL: <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/5/2134/pdf> (date of access: 24.11.2025).
20. Food Market in Ukraine: Statista Forecast 2024–2029. *Statista*. URL: <https://www.statista.com/outlook/cmo/food/ukraine> (date of access: 24.11.2025).
21. Food Tourism Market Trends & Size 2025–2033. *Business Research Insights*. URL: <https://www.businessresearchinsights.com/market-reports/food-tourism-market-118763> (date of access: 24.11.2025).
22. Food Trends of 2025: Top 33 Trends. *Cozymeal*. URL: <https://www.cozymeal.com/magazine/top-food-trends> (date of access: 24.11.2025).
23. Gastronomic Paradigms in Contemporary Western Cuisine: From French Haute Cuisine to Mass Media Gastronomy. *Frontiers in Nutrition*. 2020. Vol. 6. Article

192. URL: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC6965057/> (date of access: 24.11.2025).
24. Haute cuisine three-star restaurants' representation on websites and dining guides: a lexicometric analysis. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2022. Vol. 34, No. 9. P. 3376–3393. URL: <http://www.emerald.com/ijchm/article/34/9/3376-3393/117263> (date of access: 24.11.2025).
25. How Will We Dine? Prospective Shifts in International Haute Cuisine and Innovation beyond Kitchen and Plate. *Foods*. 2020. Vol. 9, No. 10. Article 1369. URL: <https://www.mdpi.com/2304-8158/9/10/1369/pdf> (date of access: 24.11.2025).
26. Kitchen Hierarchy Explained: Different Jobs in the Brigade de Cuisine. *Escoffier School of Culinary Arts*. URL: <https://www.escoffier.edu/blog/culinary-arts/kitchen-hierarchy-explained/> (date of access: 24.11.2025).
27. Kyiv Food Market: Key Trends. *UkraineWorld*. URL: <https://ukraineworld.org/en/articles/ukraine-explained/kyiv-food-market-key-trends-capitals-vibrant-gastronomic-life> (date of access: 24.11.2025).
28. La Chapelle and Massialot. *Petits Propos Culinaires*. 2024. URL: <https://journal.equinoxpub.com/ppc/article/view/29548> (date of access: 24.11.2025).
29. Leadership moments: Kitchen brigade hierarchy and work organization in haute cuisine kitchens. *City, University of London Open Access*. URL: <https://openaccess.city.ac.uk/> (date of access: 24.11.2025).
30. Neuromarketing in Haute Cuisine Gastronomic Experiences. *Frontiers in Psychology*. 2020. Vol. 11. Article 1772. URL: <https://www.frontiersin.org/article/10.3389/fpsyg.2020.01772/full> (date of access: 24.11.2025).
31. Quality in High Gastronomy Restaurants in São Paulo-SP: Proposal for Evaluation Model Based on Michelin Guide. *Rosa dos Ventos — Turismo e Hospitalidade*. 2019. Vol. 11, No. 1.

- URL: <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/6107/pdf> (date of access: 24.11.2025).
32. Reflection on the story, current positioning, offerings and the darker side of the luxury gastronomy book, the Michelin Guide. *Research in Hospitality Management*. 2021. Vol. 11, No. 1. P. 63–70. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/22243534.2020.1867386> (date of access: 24.11.2025).
33. Revenue models in haute cuisine: an exploratory analysis. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2005. Vol. 17, No. 4. P. 286–301. URL: <http://www.emerald.com/ijchm/article/17/4/286-301/130123> (date of access: 24.11.2025).
34. The history of the Michelin Red Guide. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*. 2022. URL: <https://periodicals.karazin.ua/irtb/article/view/21642> (дата звернення: 24.11.2025).
35. The History of the Gault & Millau French Gastronomy Guide. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: Географія*. 2023. № 54(1). URL: <http://nzg.tnpu.edu.ua/article/view/284210> (дата звернення: 24.11.2025).
36. The Transformative Influence of La Varenne's *Le Cuisinier François* (1651) on French Culinary Practice. *Frontiers in Nutrition*. 2020. Vol. 7. Article 33. URL: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC7198804/> (date of access: 24.11.2025).
37. Ukraine's Culinary Delights. *BBC Travel*. URL: <https://www.bbc.com/travel/article/20110303-ukraines-culinary-delights> (date of access: 24.11.2025).
38. Ukrainian Cuisine: Traditions and Modern Trends. *DropInMap*. URL: <https://dropinmap.com/en/article/ukrainian-cuisine-traditions-and-modern-trends> (date of access: 24.11.2025).

39. World's 50 Best Restaurants named for 2017. *Semantic Scholar*. 2017.
URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/683dd8d644f33ae6b18431fe2c1aa69ee109ab65> (date of access: 24.11.2025).