

УДК 640.432:339.944

## МІЖНАРОДНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЗАПОРУКА РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

ГОБЛИК-МАРКОВИЧ Н.М., БАСАРАБ М.І.

Мукачівський державний університет

*На сьогоднішньому етапі формування національної сфери послуг велике значення має вплив інших держав, зокрема країн Європи, на розвиток діяльності як готельних так і ресторанних господарств та особливості їх управління та регулювання системи обслуговування. В наш час світової глобалізації та постійного зростання конкурентного середовища в усіх галузях економіки, в частості в сфері послуг, значну роль у раціональному та повномасштабному функціонуванні відіграє можливість міжнародного співробітництва в галузі ресторанного підприємництва зокрема.*

*Свого роду міжнародними регуляторами ресторанної індустрії є європейські, національні та міжнародні асоціації кулінарів та рестораторів, а також різноманітні премії та нагороди міжнародного та європейського рівня.*

*Мета даного дослідження полягає у вивченні та визначенні основних показників, які передбачають приєднання національного продукту, а саме ресторанні підприємства, до розряду закладів ресторанного господарства міжнародного рівня та визначення основних шляхів здобуття даного статусу.*

*Для більш досконалого вивчення питання міжнародного співробітництва було досліджено різноманітні джерела наукової літератури, зокрема статті та доповіді у наукових вісниках Мукачівського державного університету та КНУХТ, а також підручниками та спеціалізованими періодичними виданнями, зокрема журналами «Ресторатор», «Отельер & ресторатор» та «Ресторанный и гостиничный бизнес».*

*Результатом даного дослідження є виокремлення основних факторів, які забезпечують підприємству ресторанного господарства статус закладу ресторанного господарства міжнародного рівня. До чинників прийняття підприємства до міжнародного класу входять такі фактори як: діяльність підприємства на основі франчайзингових угод або договорів комерційної концесії; співпраця з міжнародними організаціями та контроль виконання міжнародних стандартів; участь ресторанних підприємств у культурно-масових заходах національного та міжнародного рівня, а також міжнародно-відомим може називатись підприємство ресторанного господарства споживачами якого є публічні особи.*

*Щодо новизни даної наукової роботи, то головним призначенням цього дослідження було узагальнити результати інших досліджень, які зачіпали, але не розвивали дану тему на необхідному рівні та визначити основні принципи отримання статусу ресторанного господарства міжнародного рівня.*

*Практичне значення наукової статті полягає у вирішенні питання інтеграції національного продукту з європейським та підтримання рівнозначного йому статусу на міжнародному ринку послуг.*

**Ключові слова:** міжнародне підприємництво, франчайзинг, договір комерційної концесії, міжнародні організації, міжнародні премії, асоціації, ресторанне господарство міжнародного рівня.

Ресторанне підприємництво - це сучасний бізнес, що швидко розвивається і набуває різних форм. У сучасних умовах в Україні дедалі активніше розвивається ринок ресторанних послуг. Постійно відкриваються нові ресторани заклади або їх філіали і важко чимось здивувати споживачів. Втім, якщо порівняти нашу країну з країнами Європи або Америки, то в Україні ресторанний бізнес тільки починає розвиватись. Лише кожний п'ятий новий відкритий заклад ресторанного господарства залишається на ринку, займає свій цільовий сегмент і починає отримувати прибуток, продовжуючи традиції та європейського бренду. Саме з метою ресторанного бізнесу. У зв'язку з процесом інтеграції, який зараз відбувається на державному та європейському ринку послуг, виникає питання про конкурентоспроможність національного продукту вирішення цього питання і була запропонована тема цієї наукової статті.

**Об'єкти та методи дослідження.** Поняття та напрями підприємництва у сфері ресторанного господарства досліджуються багатьма вітчизняними та закордонними науковцями. Особливості підприємницької діяльності у сфері ресторанного

господарства та питання розвитку ресторанного господарства відображені у працях Г.Т.П'ятницької, В.В.Архіпова. Проблематика сучасних форм діяльності у готельно-ресторанному бізнесі та питання управління й розвитку готельно-ресторанної справи, зокрема, на рівні міжнародної діяльності, відображена у працях А.Мазаракі, Н.О.П'ятницької, Г.Б.Муніна, М.Мальської та ін. Дослідження теоретичних засад франчайзингу та окремих питань застосування франчайзингу у готельно-ресторанному бізнесі знайшли своє відображення у працях Дж.Уокера, Ф.Котлера, Х.Й.Роглева, Г.Б.Муніна. Однак, недостатньо дослідженим є питання саме міжнародного співробітництва саме у ресторанному господарстві. Саме тому вважаємо за необхідне здійснити дослідження даної тематики.

**Постановка завдання.** Метою написання наукової статті є визначення сутності та особливостей міжнародного підприємництва у ресторанному господарстві.

**Результати та їх обговорення.** Для визначення статусу ресторанного господарства на міжнародній арені необхідно визначити саму сутність поняття «міжнародний». Згідно з лексичного джерела: Міжнародний - це інтернаціональний, такий що розповсюджується на декілька або всі народи (країни). Міжнародний – це пов'язаний стосунками з багатьма народами. У свою чергу, інтернаціональний – це такий, що складається з представників різних націй [1].

На скільки можна було зрозуміти з поданих вище визначень, поняття міжнародності досить неоднозначне і широке у своєму означенні та сфері застосування, окремою категорією є ознака міжнародних організацій та підприємств. Отже, можна зробити висновок, що міжнародними називаються організації, які є об'єднанням трьох або більше незалежних держав, їхніх урядів, інших міжурядових організацій, спрямоване на вирішення певних спільних питань чи організації проектів, представниками яких є декілька країн та народів.

Міжнародне підприємництво - це сукупність угод, які укладають та виконують через національні кордони і які пов'язані з переміщенням ресурсів, товарів та послуг у міжнародному масштабі. Тобто це декілька підприємств пов'язаних між собою договірними відносинами, і які діють окремо один від одного, але функціонують на спільних засадах [2].

Яскравим прикладом такого типу міжнародних підприємств є фірми, які діють на основі франчайзингових угод або договорів комерційної концесії, мова про які йтиметься нижче.

Наступним фактором, завдяки якому підприємство отримує значення міжнародного є той факт, що вони співпрацюють з міжнародними організаціями і координують свою діяльність згідно міжнародних стандартів, що всіляко заохочується представниками даних організацій за допомогою спеціальних відзнак.

Не менш важливим фактором є і те, на який контингент споживачів розраховане підприємство, оскільки міжнародно-відомим воно може стати за рахунок своїх клієнтів. Тобто якщо підприємство обслуговуватиме представників різних держав, зокрема відомих у всьому світі політиків, культурних діячів та зірок шоу бізнесу та спорту.

Також підприємство може стати всесвітньо відомим за рахунок своїх працівників, які є власниками патентів, міжнародно-відомих наукових робіт та винаходів, оригінальних рецептур, міжнародних відзнак та премій.

Підприємство стає міжнародним, якщо бере участь у міжнародних виставках, преміях та конкурсах, при умові перемоги або програшу. У даній групі факторів є великий ризик, оскільки в цьому випадку маркетинг є досить суперечливим.

Суперечливість питання участі у міжнародно-відомих подіях є досить затратним і не передбачуваним, бо у випадку виграшу підприємство стає відомим і затребуваним,

а у випадку програшу стає практично збитковим, по причині великих витрат та відсутності позитивної реклами, яка і є метою участі підприємств у заходах такого плану.

Тепер «приміряємо» подані вище характеристики до групи ресторанних підприємств. Франчайзинг на даний період є дуже розвиненим типом міжнародних підприємств, оскільки за умовами договорів комерційної концесії підприємство, яке «купує» право використання назви та концепції іншого підприємства (франчайзера) зобов'язується точно його виконувати, і як наслідок буде позиціонуватися у світі як один з філіалів «головного» підприємства ресторанного господарства.

Загалом, франчайзинг – це спосіб організації бізнесу, при якому компанія-власник (франчайзер) передає незалежному бізнесмену чи компанії (франчайзі) право на продаж товарів і послуг цієї компанії в обмін на зобов'язання франчайзі продавати ці товари або послуги за наступних умов:

- ♣ з дотриманням певних якісних характеристик;
- ♣ із застосуванням обумовлених технологій;
- ♣ за розробленою схемою;
- ♣ в чітко встановленому місці;
- ♣ під певним товарним знаком [3,16].

Під час підписання договору комерційної концесії або пакету угод узгоджуються всі вимоги франчайзера до франчайзі і у випадку порушення умов підписаної угоди можливе, згідно судового рішення, відшкодування збитків одній чи іншій стороні. Даний пункт угоди є загально обов'язковим, оскільки відхилення від принципів компанії-власника може призвести до його дискредитації на ринку послуг, а також дискредитування інших франчайзі даного франчайзера.

Наступна група або підприємства, що співпрацюють з міжнародними організаціями, не так тісно відносяться до ресторанної сфери, як до решти галузей, через причину того, що галузь обслуговування вимушена діяти на засадах безпеки та якості продукції як за законодавством кожної окремої країни, так і з метою довгострокового існування на даному ринку. Тут діє правило: «Неякісна послуга – погана реклама», а як наслідок витіснення підприємства з ринку послуг іншими господарствами, тобто конкурентами [3, с.16 ].

Щодо третьої групи, то у випадку ресторанних господарств – це також один з видів маркетингу пропонує послуг. Якщо дане підприємство обирають для проведення міжнародних конференцій, дипломатичних зустрічей, банкетів або презентацій відеокліпів та пісень заклад автоматично стає відомим та затребуваним як іншими відомими діячами та особами, так і звичайними відвідувачами, які хочуть наблизитися до вищих ешелонів суспільства.

Як вже згадувалося вище, підприємство може бути відомим завдяки своїм працівникам. Яскравим прикладом, у випадку ресторанних підприємств є кухарі зі світовим ім'ям, автори книг та майстер класів, власники міжнародних відзнак та є членами міжнародних кулінарних організацій, таких як: NETAQ Global Food Solutions and Concepts, об'єднання "Master Chef de Brazil", "SKMER", всесвітньої асоціації кулінарів WACS, асоціації шеф-кухарів Середземномор'я і Європейського регіону ACMER (Association of Chefs from Mediterranean and European Regions) .

Велике значення в житті суспільства тепер займає питання екологічності та безпечності харчових продуктів та приготованих з них страв. З метою координації та регулювання безпеки харчових продуктів створюються цілі міжнародні організації, головною ціллю яких є забезпечення вирощування та постачання екологічно безпечних для здоров'я суспільства харчових продуктів.

Серед найбільш відомих та значимих міжнародних організацій є міжнародна організація Global FoodSolutions, Inc. (GFSI), яка регулює та виробляє тільки найкращі та якісні упаковані харчові продукти. Це займає значне місце в державі та проявляється в найсучасніших об'єктах і доповнюють його досвідчені, інноваційні та віддані своїй справі працівники

GFSI відповідає найсуворішим міжнародним стандартам у виробництві продуктів харчування. Global FoodSolutions, Inc (GFSI) є свого роду еталоном якості світового класу з виробництва продуктів харчування, що задовольняє світові смаки. І функціонує з місією обслуговування його покупців і замовників потреби в якісних продуктах харчування відмінного значення, які доповнюють свої позиції в якості ведучих продуктів харчування постачальник.

Наступною міжнародною організацією є європейська асоціація SKMER, штаб-квартира якої знаходиться в Хорватії. Ця організація, а саме Кулінарна Асоціація Середземномор'я і Європейських регіонів (SKMER) працює з 2006 року і з моменту свого заснування, організовує і здійснює безліч заходів і проектів, пов'язаних з гастрономією, такі як змагання шеф-кухарів, кулінарних виставок, ярмарків, фестивалів, кухні, презентації та освіти. Користувачі SKMER також участь у різноманітних заходах та проектах, подібних вітчизняних і міжнародних організацій. Ми особливо підкреслюємо участь у міжнародних кулінарних конкурсів, в яких приготування команда SKMER виграв в загальній складності 76 медалей. Дана організація має більш гастрономічного характеру і має на меті популяризацію та розвиток кулінарного мистецтва загалом і підвищення професійного та кваліфікаційного рівня працівників закладів ресторанного господарства.

Безпосередньо міжнародною асоціацією, яка займається професійною та кваліфікаційною місією розвитку такої професії як кухар є Всесвітня асоціація товариств кухарів (Worldchefs). Worldchefs є неполітичною професійною організацією, яка присвячена збереженню та покращенню кулінарних стандартів світових кухонь. Для досягнення цих цілей всесвітня асоціація товариств кухарів здійснює ряд реформ за допомогою освіти, навчання та професійного розвитку через отримання міжнародного членства. Як володар та лідер основної думки з приводу продуктів харчування, Worldchefs являє собою світовий голос з усіх питань, пов'язаним з кулінарною професією.

Загалом, Всесвітня асоціація товариств кухарів, або Worldchefs - це глобальна мережа асоціацій шеф-кухарів заснований в жовтні 1928 року в Сорбонні в Парижі. Під час першого з'їзду було представлено 65 делегатів з 17 країн, що представляють 36 національних та міжнародних асоціацій, і поважного Августа Ескоф'є було названо першим почесним президентом Worldchefs.

Сьогодні це глобальна організація, яка має 100 офіційних асоціацій кухарів в якості членів, що представляють більше 10000000 професійних кухарів по всьому світу. Раз на два роки відбувається конгрес, що є певною традицією Worldchefs. Таким чином і були організовані в більш ніж 20 містах по всьому світу філіали цієї всесвітньої організації протягом всієї своєї славної історії 82-річної. Головним слоганом асоціації є "Worldchefs, глобальна влада на продукти харчування".

Всі подані вище міжнародні та європейські організації створені з метою регулювання та контролю діяльності харчової індустрії та ресторанного господарства, зокрема розвитку та підвищення кваліфікаційного рівня обслуговування створення та єдиної глобальної системи контролю.

Всі вище перераховані складові та фактори роблять ресторанне підприємство міжнародним і зобов'язують його до підтримання свого статусу та покращення і

оновлення пропонувані раніше послуг з метою підвищення своєї конкурентоспроможності на вже світовому ринку ресторанних послуг.

Для детального дослідження цієї теми було визначено можливі шляхи отримання міжнародного статусу ресторанного господарства, зокрема міжнародні премії, як найбільш використовуваний засіб досягнення мети.

Через причину, такої неоднозначності було варто більш детально розкрити дане питання та пояснити чому підприємство вирішує приймати участь у даного типу подіях і як це може вплинути на його подальший розвиток у сфері обслуговування.

Останнім часом великої популярності набули різного роду кулінарні та кондитерські конкурси та змагання. Відбувається це по такій простій причині, що останнім часом людство почало звертати більшу увагу на якість та екологічність свого харчового раціону і як наслідок підвищився і запит на кулінарну продукцію та підприємців, які її безпосередньо виробляють. Як наслідок – збільшення конкуренції на ринку ресторанних послуг та підвищення жорсткості конкурентної боротьби між закладами ресторанного господарства.

У сучасному європейському суспільстві при виборі ресторанного господарства люди звертають увагу не стільки на назву та інтер'єр закладу і навіть не на смакові властивості страв (хоча це все одно залишається важливим фактором вибору підприємств харчової індустрії), а тому звідки привезена сировина, і які способи кулінарної обробки застосовувалися підчас приготування страви і на скільки екологічною вона є.

Міжнародні премії та конкурси стали наслідком такої жвавої цікавості та підвищення конкуренції в сфері ресторанного господарства і визначення першості у кулінарному світі за певними критеріями, що і визначають переможця у різних номінаціях ресторанних премій. Ознайомившись з підбіркою міжнародних та державних премій можна зробити висновок, що головна їх мета привернення суспільної уваги, популяризація та формування і врегулювання професійного та конкурентного ринку сфери гостинності, а зокрема сфери громадського харчування.

Учасниками таких конкурсів, можуть бути абсолютно всі бажаючі підприємства, які готові до цього важливого кроку як матеріально, так і фінансово. Як згадувалось вище, участь у конкурсах та виставках є досить затратною для підприємства, оскільки крім коштів витрачених на дорогу, конкурсні страви або інші об'єкти змагань між ресторанными підприємствами, учасник конкурсу має сплатити загальнообов'язкові внески (плата за участь, за каталог учасників виставки/конкурсу/премії), оренду, а також нести додаткові витрати на проживання під час даної події.

Загалом міжнародні премії є певним професійним бізнес-співтовариством, що об'єднує перших осіб українських і міжнародних компаній у сфері гостинності, керівників і власників готелей і ресторанів, девелоперських компанії та експертів ринку.

Причина, по якій підприємства беруть участь це підвищення конкурентоспроможності на ринку послуг, знайомство та залучення нових спонсорів або постачальників, популяризація та рекомендування своєї продукції на споживчому ринку. Тобто підприємство отримує не тільки популярність споживачів (відвідувачів), але й зарекомендовує себе на поприщі бізнесу серед своїх конкурентів. В даному випадку ресторан-учасник премії «встановлює» свій статус на ринку, і тим самим знешкоджує своїх основних конкурентів і піднімається на щабель вище у рейтингу ресторанів свого міста, країни та держави або просто стає відомим.

На перший погляд може здатися, що ніяких ризиків учасник премії не несе, оскільки він в будь-якому у «виграші», але це не зовсім так. Звичайно представники решти учасників, публічні персони та ЗМІ ознайомлюються з вашим ресторанным

господарством і як наслідок воно стає відомим, але в нашому випадку виграє не той, що отримує премію, а той що заводить необхідні для подальшого розвитку та вдосконалення знайомства та втілює в життя набуті навички, знання переваг та недоліків (як власних так і своїх конкурентів) і їх анулювання або виправлення. Саме вдосконалення та розвиток виробництва та обслуговування ресторанних підприємств і має бути головним фактором, який змушуватиме підприємців перевіряти свої «сили» в конкурентному середовищі вищого ешлону.

### **Висновки**

Міжнародний ринок послуг, зокрема ресторанних, значною мірою приділяє увагу вивченню бажань та потреб клієнтів та відвідувачів, а також вдосконаленню професійних навичок своїх працівників. Відкриваються різноманітні школи та майстер-класи, створюються міжнародні премії та асоціації, які сприяють загальному розвитку та регулюванню діяльності ресторанних підприємств, а також своєрідного обміну досвідом та ознайомленню з конкуруючими організаціями.

Для майбутнього розвитку галузі необхідно використовувати і створювати тренди, та вдосконалювати інші. Перш за все, потрібно думати про те, як забезпечити гостей продуктами найвищої якості за прийнятною ціною, і тільки потім - про відсоток прибутку.

Щодо виробничих процесів, то необхідно інвестувати в ефективну організацію кухні, оскільки ця інвестиція стає найбільш важливою для досягнення максимальних продажів. А також запорукою успішного підприємництва в ресторанній сфері є постійна підтримка професійного зростання і підвищення кваліфікації співробітників.

### **ЛІТЕРАТУРА**

1. Тлумачний словник української мови [Текст] : понад 12 500 ст. (близько 40 000 слів) / за ред. : В. С. Калашника; уклад. : Л. Г. Боярова та ін.//. - Х. : Прапор, 2006. - 992 с.
2. Савченко В.Ф. Національна економіка: / В.Ф. Савченко.// навч. посіб. - К. : Знання, 2011. - 309 с.
3. Корсун Н. Некоторые нюансы работы по франчайзингу/ Н. Корсун// Ресторатор –К.:2011г.- №10- с.16-20
4. Кузнєцова Н.М. Основи економіки готельного і ресторанного господарства. Навч.пос./ Н.М. Кузнєцова// – К.,1997р. -176с.
5. Організація обслуговування у підприємствах ресторанного господарства: Підручник. Для ВУЗів / За ред. проф. Н.О.П'ятницької.// – К.: Київ. Нац. Торг.-екон. Ун-т, 2005. – 632с.
6. Клуб готельєрів та рестораторів Hoteliero [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://cityhotel.ua/ua/gotel/partneri/klub-otelerov-i-restoratorov-hoteliero>
7. Національна Премія Hospitality Awards [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://hospitalityawards.ua/about/>
8. Премія Пальмова гілка [Електронний ресурс] Режим доступу: [http://kharkiv.restaurantnews.com.ua/feed/restaurant\\_news/leaders-club-ukraine-2207.html](http://kharkiv.restaurantnews.com.ua/feed/restaurant_news/leaders-club-ukraine-2207.html)

### **АННОТАЦІЯ**

#### **МЕЖДУНАРОДНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО ЗАЛОГ РАЗВИТИЯ РЕСТОРАННОГО ХОЗЯЙСТВА**

*На сьогоднішньому етапі формування національної сфери послуг велике значення має вплив інших держав, в частині країн Європи, на розвиток діяльності як готельних, так і ресторанних господарств, на особливості їх управління і регулювання системи обслуговування. В наше час світової глобалізації і постійного зростання конкурентної середовища во всіх галузях економіки, в частині в сфері послуг, значительную роль в раціональному і повномасштабному функціонуванні грає можливість міжнародного співробітництва в сфері ресторанного підприємництва в частині.*

*Свого роду міжнародними регуляторами ресторанної індустрії європейські, національні і міжнародні асоціації кулінарів і рестораторів, а також різні премії і нагороди міжнародного і європейського рівня.*

Цель данного исследования заключается в изучении и определении основных показателей, которые предусматривают присоединение национального продукта, а именно ресторанные предприятия, к разряду заведений ресторанного хозяйства международного уровня и определение основных путей получения данного статуса.

Для более досконального изучения вопроса международного сотрудничества были исследованы различные источники научной литературы, в частности статьи и доклады в научных вестниках Мукачевского государственного университета и КНУПТ, а также учебники и специализированные периодические издания, в частности журналы «Ресторатор», «Отельер & ресторатор» и «Ресторанный и гостиничный бизнес»

Результатом данного исследования является выделение основных факторов, которые обеспечивают предприятию ресторанного хозяйства статус заведения ресторанного хозяйства международного уровня. К факторам приема предприятия к международному классу входят такие как: деятельность предприятия на основе франчайзинговых соглашений или договоров коммерческой концессии; сотрудничество с международными организациями и контроль выполнения международных стандартов; участие ресторанных предприятий в культурно-массовых мероприятиях национального и международного уровня. Международно-известным может называться предприятие ресторанного хозяйства, потребителями которого являются публичные лица.

Новизна публикации заключается в том, что в обобщены результаты других исследований, которые затрагивали, но не развивали данную тему на необходимом уровне, и определены основные принципы получения ресторанном хозяйством статуса международного уровня.

Практическое значение научной статьи заключается в решении вопроса интеграции национального продукта с европейским и поддержания равнозначного ему статуса на международном рынке услуг.

**Ключевые слова:** международное предпринимательство, франчайзинг, договор коммерческой концессии, международные организации, международные премии, ассоциации, ресторанное хозяйство международного уровня.

#### SUMMARY

#### **INTERNATIONAL ENTREPRENEURSHIP AS GUARANTEE OF DEVELOPMENT OF RESTAURANT BUSINESS**

*At this stage of the national service of sector has great importance of the influence of other countries, including European countries, the development of both hotel and restaurant management and especially their management and control systems of service.*

*Nowadays the world of globalization and constant growth of the competitive environment in all industries, in the services sector, a significant role in the rational and full-scale operation plays opportunity of international cooperation in the restaurant business in particular.*

*Some kind of international regulators restaurant industry are European, national and international associations of chefs and restaurateurs, as well as various prizes and awards at international and European level.*

*The purpose of this research is to study and determine the main indicators that involve joining national product, namely restaurant enterprises, in the category of institutions of international restaurants and to determine the main ways of obtaining this status.*

*For a more thorough study of the question of international cooperation the various sources of scientific literature including articles and reports in scientific papers of Mukachevo State University and KNUFT, as well as books and specialized periodicals including magazines "Restaurateur", "Hoteliers & restaurateur" and "restaurant and hotel business" have been investigated.*

*The result of this study is the isolation of the main factors that provide enterprise restaurant management the status of restaurants of international level. Factors adoption of world-class company include such factors as activity on the basis of franchise agreements or commercial concession contracts; cooperation with international organizations and monitoring the implementation of international standards; participating of restaurant companies in the cultural events of national and international level and internationally known company may be called restaurants where consumers are public figures.*

*As for the novelty of this research the main purpose of this study was to summarize the results of other studies that have touched but did not develop this theme at the required level and to define the basic principles of the getting of status international restaurants.*

*The practical significance of the article is to solve issues of integration of national product with the European and keeping it equivalent status at the international services market.*

**Keywords:** international entrepreneurship, franchising, commercial concession contracts, international organizations, international awards, associations, international restaurant management.