

лее были сформулированы нулевая гипотеза H_0 : возраст не влияет на частоту покупки одежды, и альтернативная H_1 : возраст влияет на частоту покупки одежды. Эффект влияния независимой переменной на зависимую измеряется с помощью показателя эта-квадрат, который в данном примере составил 0,032.

Таким образом, возраст на 3,2 % влияет на частоту покупки одежды. Так как значение данного показателя мало, то независимая переменная (возраст) практически не влияет на зависимую переменную (частота покупки).

Таким образом, с помощью дисперсионного анализа было подтверждено, что возраст не влияет на частоту покупки одежды.

Источники

1. *Малхотра, Н.К.* Маркетинговые исследования : практ. руководство / Н.К. Малхотра. — М. : Изд. дом «Вильямс», 2002. — 960 с.
2. *Зорина, Т.Г.* Маркетинговые исследования : учеб. пособие / Т.Г. Зорина, М.А. Слонимская. — Минск : БГЭУ, 2010. — 411 с.
3. *Моосмюллер, Г.* Маркетинговые исследования с SPSS : учеб. пособие / Г. Моосмюллер, Н. Ребик. — М. : ИНФРА-М, 2009. — 160 с.

Д.А. Омелько, П.В. Костяно
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — **О.П. Ефимова-Стадник**,
канд. экон. наук, доцент

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ ФРАНЦИИ

Рестораны — это универсальное учреждение, оно есть почти в каждой стране и в каждой культуре мира. Происхождением ресторана, который мы знаем, сегодня мир обязан великой французской революции. Но даже до того, как Мария Антуанетта или Людовик XVI были отправлены на гильотину, рестораны в той или иной форме существовали в течение 1000 лет. Начиная с XX в. рестораны претерпели значительные изменения отчасти и за достижения в сфере техники и технологии приготовления пищи.

Люди всегда любили хорошо и вкусно покушать, но кулинарные таланты проявляются не у всех, да и времени на приготовление кулинарных изысков надо много. Еще в старые времена существовали заведения, в которых можно было перекусить и выпить, хотя назвать их ресторанами было нельзя. В основном это были таверны, где подавалась простая еда, а интерьер оставлял желать лучшего.

Во Франции существует традиция отмечать уровень ресторана гастрономическими звездами, от одной до трех. В роли жюри высту-

пает гид Мишлен. Среди трехзвездных ресторанов, посещаемых именитыми людьми в час обеда, можно назвать «Тайеван», который часто выбирают бизнесмены высшего ранга для званных обедов и ужинов, или ресторан «Люка-Картон», куда приходят насладиться уткой в медовом соусе или омаром с ванилью.

Франция начала XXI столетия нуждается в гастрономических идеологах. Она не смогла остаться изолированной от влияния мировых потребительских интересов. Коснулось это и привычек питания. Французы стали обращать меньше внимания на свои застолья. Научно-исследовательские центры констатировали, что парижане научились быстрее есть и реже бывать на кухне, чаще прежнего использовать полуфабрикаты. Знакомство с американской системой питания подвергло испытанию на прочность вековые традиции непрерывного и длительного общения за столом. Вот почему концептуальный взгляд шеф-повара Дюкаса на классицизм французской гастрономии был воспринят с должным вниманием и одобрением. Нельзя не согласиться с его суждением о том, что кухня — отражение культуры страны в определенное время. «Традиции, конечно, остаются, — заявил Дюкас, — но в целом кухня должна соответствовать времени и эпохе». С таким описанием французской кухни трудно не согласиться.

Французы — самая «ресторанная» нация мира. Если для большинства русских семей поход в ресторан — это праздник и событие, то французы обычно имеют свой любимый ресторан поблизости от дома, в котором они зачастую и завтракают, и обедают, и ужинают. Во французском ресторане можно также с успехом «делать бизнес», ведь традиции «дипломатии гастрономии» живы во Франции и по сей день. Французы считают, что хороший обед стимулирует умственную деятельность и помогает достичь единства взглядов на любую проблему.

Источники

1. *Зубков, Г.И.* Франция. Гастрономическая симфония / Г.И. Зубков. — М. : ЗАО «ББПГ», 2010. — 200 с.

2. Мировые тенденции обслуживания в ресторанном бизнесе [Электронный ресурс] // Учебные материалы онлайн. — Режим доступа: https://studwood.ru/1570713/ekonomika/mirovye_tendentsii_obslyuzhivaniya_restorannom_biznese. — Дата доступа: 26.11.2018.