

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА**

К. В. Свідло, А. С. Соколенко, М. І. Писаревський

ІННОВАЦІЙНІ РЕСТОРАННІ ТЕХНОЛОГІЇ

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

*(для здобувачів другого (магістерського) рівня
вищої освіти всіх форм навчання
зі спеціальності 241 – Готельно-ресторанна справа)*

**Харків
ХНУМГ ім. О.М. Бекетова
2022**

Соколенко А. С. Інноваційні ресторани технології : конспект лекцій для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти всіх форм навчання зі спеціальності 241 – Готельно-ресторанна справа / К. В. Свідло, А. С. Соколенко, М. І. Писаревський ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. – 151 с.

Автори:

д-р техн. наук, проф. К. В. Свідло,
канд. екон. наук, доц. А. С. Соколенко,
канд. екон. наук М. І. Писаревський

Рецензент

І. М. Писаревський, доктор економічних наук, професор кафедри туризму і готельного господарства (Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова)

*Рекомендовано кафедрою туризму і готельного господарства,
протокол № 1 від 28 серпня 2021 р.*

© К. В. Свідло, А. С. Соколенко,
М. І. Писаревський, 2022
© ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
ТЕМА 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ В СУЧАСНОМУ РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ. ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ.....	7
1.1 Предмет і завдання дисципліни «Інноваційні ресторани технологій».....	8
1.2 Суть інновації та інноваційного процесу. Інновація, інноватика, закони інновації.....	9
1.3 Класифікація інновацій.....	11
1.4 Аналіз інноваційних розробок та сучасні тенденції на ринку ресторанного господарства.....	13
1.5 Державна інноваційна політика України, мета і принципи державної інноваційної політики.....	17
1.6 Принципи, об'єкти та суб'єкти інноваційної політики України....	18
1.7 Характеристика нормативно-правового забезпечення інноваційної діяльності в ресторанному господарстві України.....	21
1.8 Проблеми і перспективи розвитку інноваційної діяльності закладів ресторанного господарства в Україні.....	24
ТЕМА 2 ЖИТТЄВИЙ ЦИКЛ ІННОВАЦІЙ В РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ. ЕТАПИ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ, ЇХ ХАРАКТЕРИСТИКА.....	27
2.1 Розробка нового продукту. Стадія виходу на ринок. Стадія розвитку ринку. Стадія стабілізації ринку. Стадія зменшення ринку. Стадія підйому ринку. Стадія падіння ринку.....	27
2.2 Фундументальні дослідження, прикладні дослідження, дослідно-конструкторські і проектно-конструкторські роботи. Комерціалізація нововведення	30
ТЕМА 3 СУЧАСНІ ТА ПЕРСПЕКТИВНІ ІННОВАЦІЙНІ КОНЦЕПЦІЇ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	33
3.1 Етапи розробки інноваційного продукту чи послуги в закладах ресторанного господарства.....	34
3.2 Особливості розробки концепції закладу ресторанного господарства в сучасних умовах.....	35
3.3 Сучасні концепції закладів ресторанного господарства з інноваційними технологіями в Україні та за кордоном.....	36
3.4 Нові підходи до формування назви закладу ресторанного господарства. Особливості неймінгу в ресторанному бізнесі.....	47
3.5 Інноваційні акції та рекламні прийоми сучасних закладів ресторанного господарства по залученню і утриманню клієнтів.....	50

ТЕМА 4 ВИНИКНЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО НАПРЯМУ РОЗРОБКИ СТРАВ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА, СПЕЦИФІКА ТА ОСОБЛИВОСТІ МЕТОДИКИ. ТЕХНІКИ ТЕКСТУРНОЇ ТА МОЛЕКУЛЯРНОЇ КУХНІ. ІННОВАЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ.....	53
4.1 Система смакових поєднань продуктів.....	54
4.2 Принципи розробки рецептур, що засновані на використанні прийому «Foodpairing».....	58
4.3 Історичні аспекти появи текстурної кухні.....	61
4.4 Сучасні техніки текстурної кухні. Особливості приготування страв шляхом сферифікації, емульсифікації, драглеутворення.....	63
4.5 Характеристика структуроутворювачів. Рекомендації щодо вибору структуроутворювачів.....	69
4.6 Основні переваги та недоліки текстурної кухні.....	70
4.7 Історичні аспекти розвитку та формування молекулярної гастрономії.....	71
4.8 Основні напрями, завдання та принципи молекулярних технологій.....	73
4.9 Нові компоненти, інструменти, обладнання та апарати, методи на молекулярній кухні.....	82
ТЕМА 5 ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМИ РОЗРОБКИ СТРАВ, ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ «SOUS VIDE», «COOK & SERVE», «COOK & HOLD», ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ «LONG LIFE FRESH FOOD» (LLFF) ТА «EXTENDED SHELF LIFE» (ESL), «ЛЬОДОМІКСИНГ» («ПАКОДЖЕТИНГ»), «THERMOMIX».....	84
5.1 Основні етапи розвитку технології «Sous Vide». Суть технології «SOUS VIDE».	85
5.2 Харчові продукти з використанням технології «Sous Vide». Основні етапи приготування за технологією «Sous Vide».	86
5.3 Основні переваги та недоліки низькотемпературного кулінарного оброблення у вакуумі.....	90
5.4 Подовження терміну придатності напівфабрикатів. Рекомендації щодо температурного режиму та тривалості приготування для різних харчових продуктів. Технологія «Sous Vide» з точки зору безпеки для здоров'я споживачів.....	91
5.5 Система технологій приготування і подавання «Cook & Serve».....	92
5.6 Технологія приготування і зберігання страв «Cook & Hold».....	93
5.7 Система технологій приготування і охолодження страв та напівфабрикатів «Cook & Chill».....	95
5.8 Технологія заморожування готових страв «Cook & Freeze».....	100
5.9 Технологія масового виготовлення кулінарної продукції «CapKold».....	100

5.10 Система технологій збереження свіжості продукції на більш тривалі терміни: «Long Life Fresh Food» (LLFF) та «Extended Shelf Life» (ESL).....	100
5.11 Технології «льодоміксинг» («пакоджетинг»).....	105
5.12 Технологія «Thermomix».....	106
ТЕМА 6 ІННОВАЦІЙНЕ ТЕХНОЛОГІЧНЕ УСТАТКУВАННЯ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	107
6.1 Характеристика та функціональні можливості основних видів сучасного технологічного устаткування в закладах ресторанного господарства.....	108
6.2 Характеристика та функціональні можливості спеціалізованих видів сучасного технологічного устаткування в закладах ресторанного господарства.....	109
6.3 Устаткування для відкритої кухні в закладі ресторанного господарства.....	112
ТЕМА 7 НОВІ ФОРМАТИ СУЧАСНИХ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА, ЇХ РОЗВИТОК НА ВІТЧИЗНЯНОМУ РИНКУ. ІННОВАЦІЙНІ РОЗРОБКИ СУЧАСНИХ ФОРМ ОБСЛУГОВУВАННЯ...	113
7.1 Особливості форматів та групування закладів ресторанного господарства за їх видами.....	114
7.2 Особливості стандартів сервісу певних форматів.....	115
7.3 Заклади формату «Free Flow» і їх адаптація на вітчизняному ринку ресторанної продукції.....	120
7.4 Особливості організації закладів ресторанного господарства відкритої форми виробництва «Front cooking».....	121
7.5 Організація відкритої кухні в формі тепан-шоу та шоу-кукінг.....	122
7.6 Особливості сучасного надання послуг із кейтерингу.....	123
ТЕМА 8 СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОФОРМЛЕННЯ МЕНЮ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА: ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД.....	125
8.1 Сучасні види меню, їх стиль та оформлення.....	125
8.2 Інноваційні підходи до створення меню.....	140
ТЕМА 9 ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ СУЧАСНОГО РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	144
9.1 Характеристика інноваційних технологій у соціокультурному просторі сучасного ресторанного бізнесу.....	144
9.2 Проблеми та перспективи розвитку інноваційних технологій у соціокультурному просторі, загрози та можливості.....	147

ВСТУП

На сучасному етапі розвитку економіки України в умовах цифровізації її галузей основним засобом зростання і розвитку суб'єктів господарювання у довгостроковій перспективі стають досягнення науково-технічного прогресу та інновації. Від розвитку підприємств сфери послуг залежить якість життя суспільства, економічне зростання та позиція України на світовому ринку послуг. Успішний розвиток підприємств сфери послуг уможлиблюється винятково за умов впровадження інноваційної моделі розвитку, що передбачає пошук інноваційних методів і технологій управління, здатних пришвидшити адаптацію цих підприємств до новітніх досягнень науки.

Інновації є основним засобом забезпечення конкурентоспроможності послуг та забезпечення стійкості успіху ресторанного підприємства на ринку. В силу цього управління інноваційною діяльністю є складовою частиною та одним з основних напрямків стратегічного управління підприємством.

Інноваційні процеси нині набувають все більшої значущості, при цьому їх основні завдання спрямовані на досягнення підприємствами конкурентних переваг і максимальне задоволення попиту споживачів у високоякісній продукції та послугах.

Застосування інноваційних підходів в організації ресторанного бізнесу допомагає ефективно вдовольняти їх вимоги і втілювати очікування в сервісі, а також збільшувати чисельність відвідувачів.

Дисципліна «Інноваційні ресторани технології» спрямована на формування у студентів фахових компетенцій: здатність створювати і впроваджувати продуктові, сервісні, організаційні, соціальні, управлінські, інфраструктурні, маркетингові інновації у господарську діяльність суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу; здатність забезпечувати ефективну сервісну, комерційну, виробничу, маркетингову, економічну діяльність суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу; здатність до самостійного опанування новими знаннями, використання інноваційних технологій у сфері готельного та ресторанного бізнесу.

Конспект лекцій складено з метою допомогти здобувачам спеціальності 241 – Готельно-ресторанна справа під час підготовки до занять та іспиту з навчальної дисципліни «Інноваційні ресторани технології».

ТЕМА 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ В СУЧАСНОМУ РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ. ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ

План

- 1.1 Предмет і завдання дисципліни «Інноваційні ресторанны технології».
- 1.2 Суть інновації та інноваційного процесу. Інновація, інноватика, закони інновації.
- 1.3 Класифікація інновацій.
- 1.4 Аналіз інноваційних розробок та сучасні тенденції на ринку ресторанного господарства.
- 1.5 Державна інноваційна політика України, мета і принципи державної інноваційної політики.
- 1.6 Принципи, об'єкти та суб'єкти інноваційної політики України.
- 1.7 Характеристика нормативно-правового забезпечення інноваційної діяльності в ресторанному господарстві України.
- 1.8 Проблеми і перспективи розвитку інноваційної діяльності закладів ресторанного господарства в Україні.

Джерела:

1. Про інвестиційну діяльність [Електронний ресурс] : Закон України від 18.09.1991 р. № 1560-XII. – Електронні текстові дані. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>, вільний (дата звернення: 25.09.2022). – Назва з екрана.
2. Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні [Електронний ресурс] : Закон України від 08.09.2011 № 3715-VI. – Електронні текстові дані. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3715-17>, вільний (дата звернення: 25.09.2022). – Назва з екрана.
3. Про авторське право і суміжні права [Електронний ресурс] : Закон України від 16.07.1999 № 998-XIV (998-14). – Електронні текстові дані. – Режим доступу : <http://library.kr.ua/zakon/zakavtprav.html>, вільний (дата звернення: 25.09.2022). – Назва з екрана.
4. Про пріоритетні напрями розвитку науки і техніки [Електронний ресурс] : Закон України від 11.07.2001 № 2623-XIV. – Електронні текстові дані. – Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2623-14>, вільний (дата звернення: 25.09.2022). – Назва з екрана.

5. Про основи державної політики в сфері науки і науково-технічної діяльності [Електронний ресурс] : Закон України від 01.12.1998 № 284-XIV. – Електронні текстові дані. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/284-14>, вільний (дата звернення: 31.08.2022). – Назва з екрана.

6. Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні [Електронний ресурс] : Закон України від 08.09.2011 № 3715-VI. – Електронні текстові дані. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3715-17>, вільний (дата звернення: 31.08.2022). – Назва з екрана.

7. Антонюк Л. Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації : монографія / Л. Л. Антонюк, А. М. Поручник, В. С. Савчук. – Київ : КНЕУ, 2003. – 394 с.

8. Василенко В. О. Інноваційний менеджмент : навч. посібник / В. О. Василенко, В. Г. Шматько ; за ред. В. О. Василенко. – Видання 3-є, вип. та доп. /. – Київ : Центр навчальної літератури, 2005. – 440 с.

9. П'ятницька Н. А. Інноваційні ресторанні технології : Основи теорії : навч. посіб. / Н. А. П'ятницька. – Київ : Кондор-Видавництво, 2012. – 240 с.

10. Влащенко Н. М. Інноваційні технології у ресторанному, готельному господарстві та туризмі : навч. посібник / Н. М. Влащенко ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. – 373 с.

11. Інноваційні технології в готельному господарстві: основи теорії : навчальний посібник / Т. В. Капліна, В. М. Столярчук, Л. П. Малюк, А. С. Капліна. – Полтава : ПУЕТ, 2018. – 357 с.

1.1 Предмет і завдання дисципліни «Інноваційні ресторанні технології»

Мета вивчення дисципліни «Інноваційні ресторанні технології»: оволодіння сучасними теоретичними основами та практичними навичками організації та управління інноваційними технологіями в ресторанному та готельному господарстві, заснованими на результатах наукових досліджень у галузі.

Предмет вивчення дисципліни «Інноваційні ресторанні технології»: напрями інноваційної діяльності підприємств ресторанного та готельного господарства.

Завдання вивчення дисципліни «Інноваційні ресторанні технології»:

- отримання знань щодо основних принципів, законів, процесів, що використовуються при впровадженні інноваційних технологій продукції ресторанного господарства;
- набуття компетенції у галузі управління якістю продукції та послуг на підприємствах ресторанного господарства;
- формування поняття про використання інноваційних технологій як головний фактор створення конкурентоспроможної продукції;
- ознайомлення з вимогами нормативної документації та фахової науки до складових діяльності закладів ресторанного господарства;
- оволодіння методами управління якістю продукції та послуг в ресторанному господарстві.

1.2 Суть інновації та інноваційного процесу. Інновація, інноватика, закони інновації

Інновації – кінцевий результат діяльності, що спрямована на створення й використання:

- нововведень, втілених у вигляді вдосконалених чи нових товарів (виробів чи послуг);
- технологій їх виробництва;
- методів управління на всіх стадіях виробництва і збуту товарів, які сприяють розвитку й підвищенню економічної ефективності виробництва і споживання або забезпечують соціальний чи інший ефект.

Закон України «Про інноваційну діяльність»: інновації – новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери.

Інноваційна діяльність – це вид діяльності суб'єктів господарювання, спрямований на появу нових або удосконалених рішень, оформлених в інноваціях.

Інноваційний процес – процес перетворення наукового знання в інновацію, яка задовольняє нові суспільні потреби; послідовний ланцюг дій, що охоплює всі стадії створення новації та її практичного застосування.

Інновація розглядається як процес та як результат. Інноваційний процес пов'язаний зі створенням, освоєнням і поширенням інновацій. Інноваційний кінцевий результат виступає в якості особливого товару – науково-технічною продукцією і є матеріалізацією нових наукових ідей і знань, відкриттів,

винаходів і розробок у виробництві з метою комерційної реалізації для задоволення конкретних потреб.

Інноватика – наука про формування нововведень на основі цілеспрямованої організації інноваційної діяльності. Предметом її є новації та інновації будь-якого трудового процесу.

Розробка інноваційних технологій спирається на знання законів та принципів інноватики. Основні закони інноватики та його наслідки представлені рисунку 1.1.



Рисунок 1.1 – Закони інноватики

Закон зміни технологічних укладів свідчить, що зміну старим укладам приходять нові уклади. Зміна домінуючих технологічних укладів відбувалася завдяки інноваційним технологіям та викликала оновлення техніки та технологій, що, у свою чергу, зумовлювало зміну асортименту та якості товарів, збільшення їх виробництва. При цьому на кожному черговому етапі розвитку економіки домінуючий технологічний уклад зароджував новації нововведення як основу для наступного укладу.

Закон еволюційного розвитку нововведень. Сутність цього закону полягає в тому, що будь-які інновації мають свій життєвий цикл нововведень, що складається з наступних стадій: освоєння новацій або перше впровадження інновацій; зростання визнання та застосування, зрілість та спад. При цьому на перших двох стадіях відзначається збільшення розвитку інноваційних проєктів, найбільше інтенсивне на другій стадії. Потім спостерігається стабілізація та спад на завершальній стадії. Завершення життєвого циклу можливе за схемою теорії катастроф, що характеризується стрибкоподібним падінням або переходом на критичні технології. При цьому під критичними технологіями розуміють принципово нові технології, які забезпечують перехід від старої кривої розвитку до нової високої, більш досконалої технології, якщо не докласти відповідних зусиль щодо запобігання ризику повного краху раніше прийнятої технології. Закон еволюційного розвитку нововведень стверджує, що «технічну систему», засновану на незмінному принципі даної технології, для забезпечення її довговічності та конкурентоспроможності вдосконалюють

шляхом заміни зразків даної генерації, що забезпечує еволюцію в галузі високих технологій. Висока технологія – це технологія, яка займає вищу позицію S-подібної кривої розвитку технології даного принципу дії. Термін походить від того англійського неологізму, що має важливі технології, що означає процес використання передових технологій.

Закон зміни поколінь техніки і технологій говорить: «для забезпечення довговічності та конкурентоспроможності технічних систем їх покоління замінюють на основі важливих змін технологій даної генерації систем». Заміна старого устаткування більш нове, вдосконалення технологій обумовлює можливість появи нових видів тварин і найменувань товарів, і навіть торгових марок. Поліпшується якість готової продукції, т.к. необхідність оновлення технологій викликається необхідністю формування нових споживчих властивостей товару.

Закон розповсюдження інновацій встановлює, що конкурентоспроможні інновації нового покоління техніки та технології поширюються на ринку логістичної форми процесу комерціалізації нововведень, що характеризується повільним стартом, наступним прискоренням поширенням та завершальною стадією насичення ринку на рівні, що визначається результативністю даної генерації нововведень. Інновації у ресторанному бізнесі спрямовані на забезпечення високого прибутку та необхідної конкурентоспроможності. Вони можуть бути виражені за допомогою категорії системної ефективності, що є співвідношенням результатів заходів до витрат на їх досягнення.

1.3 Класифікація інновацій

На рівні підприємства інноваційний процес характеризується прагненням його учасників до комерційного успіху. Тому модель інноваційного процесу на конкретному підприємстві може мати певні відмінності, що залежить від стану наукового потенціалу підприємства, його фінансових, кадрових, інших можливостей.

Виділяють три логічні форми інноваційного процесу:

- простий внутрішньо-організаційний – передбачає створення і застосування новації всередині однієї і тієї ж організації;
- простий міжорганізаційний (товарний) – новизна стає предметом купівлі-продажу;
- розширений – передбачає виникнення нових виробників нововведення.

Класифікація інновацій за ознаками:

- 1) за видом інновації:

- нова ідея;
- новий продукт;
- нова технологія (метод);
- нова структура;
- нова послуга;

2) за глибиною змін, що вносяться (ступінь новизни):

- радикальні;
- поліпшені;
- модифіковані;

3) за сферою діяльності (характеру застосування):

- технологічні;
- виробничі (продуктові);
- організаційно-управлінські;
- економічні;
- соціальні;
- юридичні;

4) за масштабом розповсюдження нововведення:

- нові для підприємства;
- нові для галузі;
- нові для країни;
- нові для світового ринку;

5) за джерелами фінансування:

- фінансуються власними коштами;
- фінансуються залученими коштами;
- змішане фінансування;

6) за джерелом ідеї:

- імітаційні
- створені за участі споживачів (інновацій, які з'являються при активній участі споживачів);

– відкриті (корпорація притягає знання і технології інших організацій і адаптує їх, тим самим знижуючи власні витрати на НДР);

– закриті (науково-дослідні та конструкторські розробки проводяться усередині самої корпорації);

7) за ступенем інтенсивності:

- бум;
- рівномірні;
- слабкі;

– масові;

8) за рівнем об'єктивного та суб'єктивного сприйняття:

– абсолютна новизна – фіксується за відсутності аналогів даної новації – відкриття;

– відносна новизна – інновацію було застосовано на інших об'єктах або ж здійснено оновлення одного з елементів виробу системи в процесі поточної модернізації – винахід;

– умовна новизна – виникає внаслідок незвичайного сполучення раніше відомих елементів – ноу-хау;

– суб'єктивна новизна – новизна для певних споживачів, які раніше не були ознайомлені з даним продуктом – раціоналізаторська пропозиція.

Класифікація інновацій за сферою діяльності:

1. Технологічні – нові технології виробництва старих чи нових продуктів, упровадження інформаційних систем, нових джерел енергії. Технологічні нововведення – це зміни, перш за все, у засобах і методах організації виробництва.

2. Продуктові – створення нових товарів, що споживаються у сфері виробництва (засоби виробництва) чи у сфері споживання (предмети споживання).

3. Організаційно-управлінські – нові методи й форми організації всіх видів діяльності підприємства та їх об'єднань: нові методи управління персоналом, системи стратегічного планування, прогнозування, моделювання процесів виробництва, постачання, збуту, нові організаційні структури.

4. Економічні – нововведення у фінансовій та бухгалтерській сферах діяльності, мотивації та оплати праці, оцінка результатів діяльності. Соціальні – нові форми активізації людського чинника, включаючи процес зміни умов праці, культурних, екологічних та політичних аспектів, зміна способу життя в цілому.

5. Юридичні – нові нормативно-правові документи, що визначають та регулюють усі види діяльності підприємств, організацій та фізичних осіб, створюючи відповідні умови для розвитку. Деякі автори відносять юридичні інновації до соціальних.

1.4 Аналіз інноваційних розробок та сучасні тенденції на ринку ресторанного господарства

Й. Шумпетер (австрійський економіст) виділив п'ять типових змін у ресторанному господарстві:

- використання нової сировини;
- впровадження продукції з новими властивостями;
- зміни в організації виробництва;
- зміни в організації матеріально-технічного забезпечення виробництва;
- поява нових ринків збуту.

Й. Шумпетер виділяє три фази інноваційної діяльності:

1. Створення винаходу, тобто відкриття чогось нового.

2. Комерціалізація цієї новинки, тобто виведення її на ринок.

3. Наслідкування інноватора (винахідника) іншими, що позначає розповсюдження та поширення (дифузії) інновації.

Інноваційний продукт є результатом виконання інноваційного проєкту і науково-дослідною і (або) дослідно-конструкторською розробкою нової технології (в тому числі – інформаційної) чи продукції з виготовленням експериментального зразка чи дослідної партії і відповідає таким вимогам:

- інноваційний продукт є реалізацією (впровадженням) об'єкта інтелектуальної власності (винаходу, корисної моделі, промислового зразка, топографії інтегральної мікросхеми, селекційного досягнення тощо), на які виробник продукту має державні охоронні документи (патенти, свідоцтва) чи одержані від власників цих об'єктів інтелектуальної власності ліцензії, або реалізацією (впровадженням) відкриттів. При цьому використаний об'єкт інтелектуальної власності має бути визначальним для цього продукту;

- розробка продукту підвищує вітчизняний науково-технічний і технологічний рівень;

- в Україні цей продукт вироблено (буде вироблено) вперше, або якщо не вперше, то порівняно з іншим аналогічним продуктом, представленим на ринку, він є конкурентоздатним і має суттєво вищі техніко-економічні показники.

Інноваційною може бути визнана продукція, яка відповідає таким вимогам:

- є результатом виконання інноваційного проєкту;

- продукція виробляється (буде вироблена) в Україні вперше, або якщо не вперше, то порівняно з іншою аналогічною продукцією, представленою на ринку, вона є конкурентоздатною і має суттєво вищі техніко-економічні показники.

Стратегічне управління інноваційною діяльністю. Націлене на прогнозування глобальних змін в економічній ситуації та пошук і реалізацію масштабних інноваційних проєктів, які сприятимуть успіхові підприємства і

забезпечуватимуть його ефективне функціонування і розвиток у тривалій перспективі. Для реалізації цих завдань необхідно:

- розробляти плани і програми інноваційної діяльності;
- здійснювати обґрунтування проєктів створення нових продуктів;
- розробляти ефективні організаційні форми управління реалізацією інноваційних проєктів;
- керувати ресурсним забезпеченням інноваційних програм та проєктів.

Планування інноваційної діяльності підприємства в межах загальної стратегії охоплює такі етапи:

- аналіз зовнішнього середовища і прогнозування його розвитку;
- аналіз внутрішнього середовища підприємства;
- визначення загальної стратегії підприємства;
- визначення інноваційних можливостей підприємства;
- формування стратегічних інноваційних цілей;
- розроблення концепції інноваційної стратегії;
- формування планів і програм інноваційної діяльності;
- розроблення і реалізація інноваційних проєктів.

Оперативне управління інноваційною діяльністю полягає у:

- складанні календарних планів-графіків виконання робіт і контролюванні їх виконання;
- вивченні економічних, організаційно-управлінських, соціально-психологічних факторів, що впливають на здатність фірми здійснювати інноваційну діяльність;
- розробленні ефективних форм організації інноваційної діяльності.

Оперативне управління інноваційною діяльністю підприємства передбачає розроблення системи стимулювання з метою заохочення ініціативи, участі в інноваційних змінах, обговоренні проблем, що виникають у процесі впровадження новачії тощо.

Оперативне управління – планування, організування, контроль, мотивування.

Інноваційний харчовий продукт – новий і / або значно покращений продукт харчування, для якого характерна наявність додаткової споживчої цінності, отриманої в результаті інноваційного перетворення, що надає позитивний вплив на повноцінну життєдіяльність організму і зростання тривалості життя. Інноваційний продукт харчування включає в себе:

– новий продукт харчування – продукт харчування, для якого характерна нова, раніше не властива споживча цінність, виражена в енергетичній, біологічній користі продукту харчування;

– покращений продукт харчування – харчовий продукт зі значними елементами новизни, вираженими в функціональних властивостях продукту (оздоровчий, лікувально-профілактичний ефект), в зміні харчової цінності та органолептичних показників, що значно відрізняються за своїми властивостями і призначенням від харчових продуктів, вироблених підприємством раніше;

– модифікований продукт харчування – харчовий продукт, в якому ступінь новизни забезпечена за рахунок зміни технології виробництва, рецептурного складу, використання нового, раніше не властивого для даного продукту сировини і / або зміни процентного вмісту компонентів (білка, жиру, вуглеводів, вітамінів, макро і мікроелементів, мікроорганізмів), що призводять до виникнення в харчовому продукті нових споживчих властивостей і характеристик.

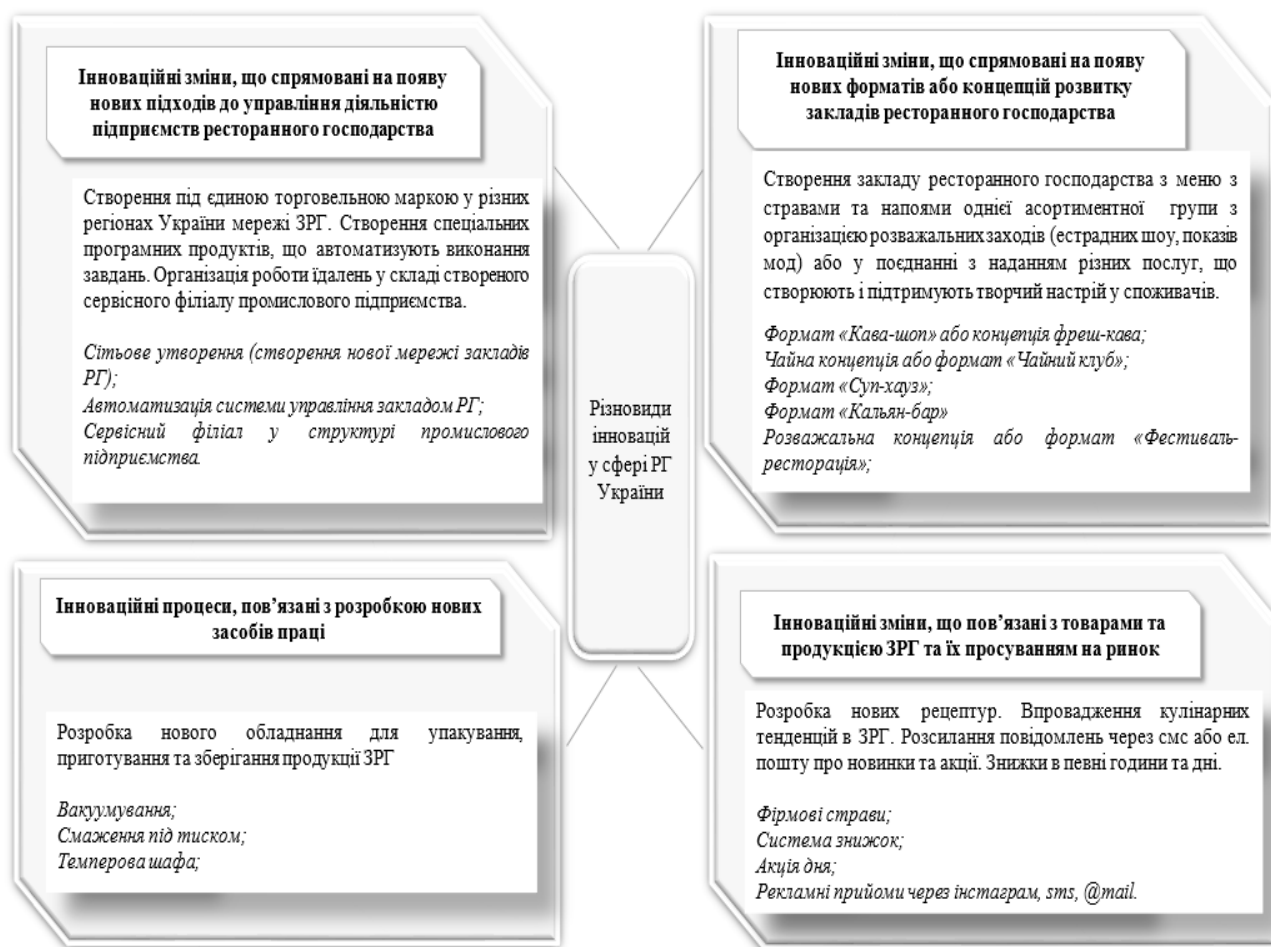


Рисунок 1.1 – Найбільш поширені інновацій у сфері ресторанного господарства

Основні критерії, що дозволяють віднести харчовий продукт до групи інноваційних продуктів харчування:

1. Тип харчування: здорове, лікувальний, профілактичний, дієтичне харчування.
2. Основне призначення: запобігання розвитку аліментарних захворювань; забезпечення збалансованого, повноцінного, здорового харчування.
3. Основна функція: підтримка оптимального співвідношення макро- і мікронутрієнтів в організмі людини, що носять зміцнюючий, тонізуючий характер.
4. Повна відповідність фізико-хімічним, мікробіологічним та показникам безпеки та вимогам нормативно-технічної документації.
5. Застосування екологічно чистої продовольчої сировини і упаковки.
6. Раціональність: відповідність внесених нутрієнтів (зниження або підвищення їх вмісту) фізіологічним нормам і потребам певних категорій населення з урахуванням фізичної активності, раціону харчування і способу життя.

1.5 Державна інноваційна політика України, мета і принципи державної інноваційної політики

На сьогодні національна патентна система України включає:

- правову базу – Закони України «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі», «Про охорону прав на промислові зразки», «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг», «Про охорону прав на зазначення походження товарів», «Про правову охорону сортів рослин», «Про охорону прав на топографії інтегральних мікросхем»;
- нормативну базу – підзаконні нормативні акти;
- органи державного управління патентною системою (Державний департамент інтелектуальної власності МОН);
- недержавні фізичні та юридичні особи (патентні повірені);
- технопарки та інноваційні структури інших типів;
- підприємства (організації) – господарюючи суб'єкти.

Державний департамент інтелектуальної власності МОН та Державне агентство України з авторських та суміжних прав займається охороною прав на інтелектуальну власність (ідеї, першовідкриття, твори науки, літератури, мистецтва тощо) і керується законом України «Про авторське право і суміжні

права». Державний департамент інтелектуальної власності МОН забезпечує реалізацію державної політики у сфері охорони винаходів (корисних моделей), раніше його функцію виконувало Державне патентне відомство (Держпатент). Для цього вирішуються такі завдання, як:

- державна реєстрація та ведення державних реєстрів щодо об'єктів інтелектуальної власності;
- видача охоронних документів на об'єкти інтелектуальної власності;
- реєстрація договорів про передачу прав на об'єкти інтелектуальної власності;
- розгляд заяв і скарг щодо видачі охоронних документів;
- координація роботи з інформаційного забезпечення діяльності у сфері інтелектуальної власності;
- організація роботи з підготовки та перепідготовки спеціалістів з питань інтелектуальної власності та низка інших.

Держдепартаменту підпорядковується Державне підприємство «Українське агентство з авторських і суміжних прав», Державне підприємство «Український інститут промислової власності», ЗАТ «Інститут інтелектуальної власності і права».

1.6 Принципи, об'єкти та суб'єкти інноваційної політики України

Об'єктом інноваційної діяльності є інновації (нововведення; лат. novo - змінювати, оновлювати). Це новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що суттєво поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери:

- інноваційні програми і проекти;
- нові знання та інтелектуальні продукти;
- виробниче обладнання і процеси;
- інфраструктура виробництва і підприємництва;
- організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що відчутно поліпшують структуру і якість виробництва і (або) соціальної сфери;
- сировинні ресурси, засоби їх видобування і переробки;
- товарна продукція;
- механізми формування споживчого ринку і збуту товарної продукції.

Суб'єкти інноваційної діяльності – фізичні або юридичні особи, які провадять інноваційну діяльність і (або) залучають майнові та інтелектуальні цінності, вкладають власні чи позичені кошти в реалізацію інноваційних проєктів.

Усе різноманіття господарських систем, які беруть участь в інноваційному процесі, можна вигляді чотирьох найбільш типових груп.

Група I. Державні господарські системи й управлінські органи:

- державні органи (міністерства, комітети, відомства і т. д.);
- регіональні і (частково) муніципальні органи управління;
- великі державні підприємства;
- міждержавні спільні органи управління, підприємства й організації;
- державні науково-дослідні інститути, конструкторські бюро, проєктноконструкторські, проєктно-технологічні та інші організації, а також аналогічні об'єкти, що є власністю держави і місцевих органів самоврядування.

Об'єкти, які належать до кожної з перерахованих груп, можуть тією чи іншою мірою брати участь в інноваційній діяльності на одному або одночасно на кількох рівнях багаторівневої моделі. Можливі відмінності в обсягах і формах їх участі можуть бути пов'язані з певними факторами: організаційно-правовими формами господарювання, галузевою належністю, масштабами і кінцевими цілями діяльності, рівнем самостійності або рамками підпорядкованості, джерелами ресурсів, формами і методами державного та непрямого регулювання. На підставі вітчизняного і зарубіжного досвіду можна стверджувати, що для інноваційних господарських систем, представлених у першій і другій групах, найбільш характерним є використання таких методів регулювання, як державні цільові програми і плани, повне і змішане бюджетне фінансування, матеріальнотехнічне постачання, державний контроль і т. п. Функціонування інноваційних господарських систем третьої групи повинно ґрунтуватись на активнішій ролі таких важелів ринкового саморегулювання, як ціни, акціонерний капітал, кредити, дивіденди та ін. Держава тут може впливати через фінансово-ресурсні підтримки дотації, податкові та інші пільги.

Суб'єкти четвертої групи, використовуючи суспільну основу, некомерційні важелі, безумовно, можуть брати активну участь, приносити відчутну користь у здійсненні інноваційної діяльності на різних рівнях. Ширшим за поняття «інноваційна діяльність» є поняття «інноваційний процес». Інноваційний процес - процес перетворення наукового знання в інновацію, яка задовольняє нові суспільні потреби; послідовний ланцюг дій, що охоплює всі стадії створення новації та її практичного застосування.

Група II. Некомерційні безприбуткові наукові і навчальні бюджетні організації:

- установи Національної академії наук України, їх відділення і філії, центри, лабораторії, інститути фундаментальних досліджень;
- державні наукові центри і регіональні бюджетні наукові центри;
- академічні і галузеві (міжгалузеві) технополіси, експериментальні бази, лабораторії та полігони;
- установи, організації науково-технічної інфраструктури (інформаційні служби, бібліотеки, банки даних та ін.);
- державні і регіональні університети, вищі заклади освіти, навчальні центри, організації підвищення кваліфікації кадрів.

Група III. Підприємницькі господарські системи, які функціонують, як правило, на принципах самооплатності:

- транснаціональні і міждержавні спільні підприємницькі структури (компанії, акціонерні товариства і т. д.);
- об'єднання, концерни, синдикати;
- промислово-фінансові групи, холдинги;
- корпорації та фірми;
- державно-підприємницькі змішані компанії (акціонерні товариства);
- приватні підприємства;
- комерційні організації, що надають послуги підприємницьким структурам у сфері інноваційної діяльності (консалтинг, лізинг, маркетинг, інжиніринг, реклама, аудиторство, підготовка і перепідготовка кадрів, бізнес - інкубатори, інформаційне забезпечення, банківські послуги, страхування), а також різні комерційні підприємства ринкової інфраструктури.

Група IV. Позабюджетні некомерційні безприбуткові організації:

- державні і регіональні інноваційні, екологічні, інвестиційні та інші фонди;
- громадські організації, творчі суспільства, союзи промисловців, товаровиробників та інші, що фінансуються за рахунок членських внесків і коштів спонсорів;
- некомерційні кооперативи і т. д.;
- благодійні організації, що використовують засоби спонсорів.

1.7 Характеристика нормативно-правового забезпечення інноваційної діяльності в ресторанному господарстві України

Нормативно-правова база покликана сприяти розвитку інноваційної діяльності. Вона регламентуються Конституцією України, законами України, актами Президента України та Кабінету Міністрів України, наказами Міністерств і відомств, іншими нормативними актами центральних органів влади, розпорядженнями голови відповідної обласної (міської) державної адміністрації, рішеннями відповідних рад тощо. Вітчизняні фахівці поняття «іновації» стали активно використовувати тільки в перехідний період економіки України. До того часу користувались поняттям науково-технічного прогресу (далі НТП), і проблематика нововведень розроблялась лише в межах економічних досягнень НТП та впровадження нової техніки у виробництво. Передусім вивчалися питання інтеграції науки та виробництва, шляхи впровадження досягнень НТП у виробництво та підвищення його ефективності. Теорія розвитку науково-технічного прогресу не враховувала організаційно-управлінських, соціальних інновацій і, взагалі, багатьох важливих чинників ринкової економіки, які не могли бути використані в соціалістичному господарюванні.

З переходом України до ринкових відносин розпочався пошук шляхів активізації інноваційної діяльності та усвідомлення сутності та форм її організації. Уперше інноваційну діяльність було визначено в Законі України «Про інвестиційну діяльність» № 1560-XII (прийнятий Верховною Радою України 18 вересня 1991 року). Цей Закон визначив загальні правові, економічні та соціальні умови інвестиційної діяльності на території України. 18 лютого 1992 року Кабінет Міністрів України видає Постанову № 77 «Про створення Державного інноваційного фонду», яка регламентувала створення і функціонування в Україні Державного інноваційного фонду з регіональними відділеннями в областях. Ця постанова сприяла фінансуванню заходів щодо забезпечення розвитку та використання досягнень науки й техніки.

6 серпня 1998 року Кабінет Міністрів України видає Постанову № 1242 «Про затвердження Порядку формування та використання коштів Державного інноваційного фонду», яка регламентувала формування коштів Державного інноваційного фонду та їх використання для фінансування заходів у сфері інноваційної діяльності. Із метою забезпечення реалізації державної інноваційної політики та залучення вітчизняних і іноземних інвестицій для розвитку національної економіки Державний інноваційний фонд був перетворений на Українську державну інноваційну компанію (Постанова

Кабінету Міністрів України від 13 квітня 2000 року № 654 «Про утворення Української державної інноваційної компанії»). Українська державна інноваційна компанія визначалася як небанківська фінансово-кредитна установа, підпорядкована Міністерству освіти і науки. Згідно зі статутом компанія є державною небанківською фінансово-кредитною установою, що утворена на базі Державного інноваційного фонду та його регіональних відділень. Засновником Компанії є держава в особі Кабінету Міністрів України. Із питань проведення державної інноваційної політики Компанія підпорядковується Міністерству освіти і науки. За цей період було прийнято низку нормативно-законодавчих документів, які регламентували створення та діяльність інноваційних суб'єктів в Україні.

11 липня 2001 року Верховна Рада України прийняла Закон України №2623-III «Про пріоритетні напрями розвитку науки і техніки». Цей закон визначив правові, фінансові та організаційні засади цілісної системи формування та реалізації пріоритетних напрямів розвитку науки і техніки в Україні.

Із метою підтримки розвитку економіки України інноваційним шляхом Верховна Рада 4 липня 2002 року приймає Закон України «Про інноваційну діяльність» № 40-IV, який став основним законом, що регламентує інноваційну діяльність в Україні. Він визначає правові, економічні та організаційні засади державного регулювання інноваційної діяльності в Україні, встановлює форми стимулювання державою інноваційних процесів. У законі визначено такі терміни: «інновації», «інноваційна діяльність», «інноваційний продукт», «інноваційна продукція», «пріоритетний інноваційний проєкт», «інноваційне підприємство», «інноваційна інфраструктура».

16 січня 2003 року Верховна Рада ухвалила Господарський кодекс України за № 436-IV. Глава 34 цього Кодексу забезпечує правовому регулюванню інноваційної діяльності. У ній наведене визначення інноваційної діяльності, змісту та формам інвестування інноваційної діяльності, змісту державного регулювання інноваційної діяльності, державної експертизи інноваційних проєктів. Визначені державні гарантії суб'єктам інноваційної діяльності. Розкрито зміст договору на створення і передачу науково-технічної продукції. 16 січня 2003 року Верховна Рада України прийняла Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» № 433-IV. Метою Закону було створення правової бази для концентрації ресурсів держави на провідних напрямках науково-технологічного оновлення виробництва та сфери послуг у країні, забезпечення внутрішнього ринку конкурентною наукоємною продукцією та виходу з нею на світовий ринок. Цей Закон визначив стратегічні

та середньострокові пріоритетні напрями інноваційного розвитку суспільства, реалізація яких повинна здійснюватися за безпосередньої участі вітчизняної науки на основі нових наукових розробок і технологій, правові, економічні та організаційні засади формування та реалізації пріоритетної інноваційної діяльності в Україні. Визначені цим Законом пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні зобов'язують органи виконавчої влади країни всіх рівнів створювати режим найбільшого сприяння виконанню робіт, спрямованих на реалізацію відповідних пріоритетних напрямів, і концентрації на них фінансово-економічних та інтелектуальних ресурсів. 17 вересня 2003 року Кабінет Міністрів України приймає Постанову № 1474 «Про затвердження Порядку державної реєстрації інноваційних проєктів і ведення Державного реєстру інноваційних проєктів». Цією Постановою було затверджено Порядок державної реєстрації інноваційних проєктів і ведення Державного реєстру інноваційних проєктів. Згідно з цим Порядком проводиться державна реєстрація інноваційних проєктів, ведеться їх Державний реєстр і публікується інформація про інноваційні проєкти в офіційному бюлетені МОН України.

На сьогодні в Україні вже існують базові закони у сфері інноваційної діяльності. Вони заклали фундамент формування вітчизняної інноваційної системи. Однак, постійно з'являються нові пропозиції щодо механізмів стимулювання інноваційної діяльності, розвитку інноваційної інфраструктури; норми діючих законів у сфері інноваційної діяльності потребують уточнення та приведення у відповідність до чинного законодавства та прийняття нових законів. У зв'язку з цим, існуючі нормативно-законодавчі документи постійно оновлюються та уточнюються, приймаються нові редакції. Тому для забезпечення свого високого фахового рівня необхідно постійно відслідковувати як появу нових законодавчих актів, так і вивчати уточнення до уже існуючої законодавчої бази в сфері інноваційної діяльності. Такими перспективними законами у сфері інноваційної діяльності можуть бути закони щодо створення системи Державного інноваційного промислового фонду, галузевих та регіональних інноваційних фондів, венчурних фондів, Закони України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій», «Про особливості введення в цивільний оборот об'єктів права інтелектуальної власності, створених з використанням коштів державного й місцевих бюджетів, спеціальних і державних фондів цільового призначення» тощо.

1.8 Проблеми і перспективи розвитку інноваційної діяльності закладів ресторанного господарства в Україні

Пріоритетні напрями інноваційної діяльності поділяють на дві групи: стратегічні та середньострокові. Згідно з Законом України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» Стратегічними пріоритетними напрямками закладів ресторанного господарства в Україні є:

- освоєння нових технологій транспортування енергії, впровадження енергоефективних, ресурсозберігаючих технологій, освоєння альтернативних джерел енергії;
- освоєння нових технологій високотехнологічного розвитку транспортної системи;
- освоєння нових технологій виробництва матеріалів, їх оброблення і з'єднання, створення індустрії наноматеріалів та нанотехнологій;
- технологічне оновлення та розвиток агропромислового комплексу;
- широке застосування технологій більш чистого виробництва та охорони навколишнього природного середовища;
- розвиток сучасних інформаційних, комунікаційних технологій, робототехніки.

Середньострокові пріоритетні напрями визначаються на період до 5 років і спрямовані на виконання стратегічних пріоритетних напрямів. Вони формуються на основі стратегічних пріоритетних напрямів (визначених Законом України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні»), з метою поетапного забезпечення їх реалізації на загальнодержавному, галузевому та регіональному рівнях. Виходячи з цього, середньострокові пріоритетні напрями можуть бути загальнодержавного, галузевого та регіонального рівнів.

Середньострокові пріоритетні напрями загальнодержавного рівня та їх обґрунтування формуються центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері інновацій, за пропозиціями центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері науково-технічної та інноваційної діяльності, із залученням Національної академії наук України та національних галузевих академій наук України, вищих навчальних закладів і науководослідних інститутів за результатами прогностно-аналітичних досліджень у сфері науки і техніки та інноваційної діяльності, прогнозів економічного та соціального розвитку України і спрямовані на забезпечення інноваційного розвитку міжгалузевого та міжрегіонального характеру.

Середньострокові пріоритетні напрями галузевого рівня формуються відповідними центральними органами виконавчої влади на основі стратегічних пріоритетних напрямів і середньострокових пріоритетних напрямів загальнодержавного рівня з урахуванням прогнозу розвитку галузей економіки і спрямовані на вирішення питань забезпечення інноваційного розвитку окремих галузей економіки. Середньострокові пріоритетні напрями загальнодержавного та галузевого рівнів затверджуються Кабінетом Міністрів України за поданням центрального органу виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері інновацій. Вони реалізуються шляхом формування та виконання державних цільових програм, державного замовлення та окремих інноваційних проєктів. Обсяги коштів, що спрямовуються на реалізацію пріоритетних напрямів загальнодержавного та галузевого рівнів, щорічно визначаються законом про Державний бюджет України. Середньострокові пріоритетні напрями регіонального рівня спрямовані на вирішення питань забезпечення інноваційного розвитку окремих регіонів. Вони реалізуються шляхом формування та виконання регіональних, місцевих інноваційних програм та окремих інноваційних проєктів. Для реалізації середньострокових пріоритетних напрямів державою запроваджуються заходи щодо:

- розвитку інноваційної інфраструктури (інноваційних центрів, технологічних парків, наукових парків, технополісів, інноваційних бізнес-інкубаторів, центрів трансферу технологій, інноваційних кластерів, венчурних фондів тощо);
- першочергового розгляду заявок на винаходи, що відповідають середньостроковим пріоритетним напрямам загальнодержавного рівня;
- прямого бюджетного фінансування та співфінансування;
- відшкодування відсоткових ставок за кредитами, отриманими суб'єктами господарювання у банках;
- часткової компенсації вартості виробництва продукції;
- кредитів за рахунок коштів державного бюджету, кредитів (позик) і грантів міжнародних фінансових організацій, залучених державою або під державні гарантії;
- субвенцій з державного бюджету місцевим бюджетам;
- податкових, митних та валютних преференцій.

Таким чином у державі створюються умови для належного проведення інноваційної діяльності на різних рівнях.

Інноваційна діяльність в ресторанному господарстві може бути охарактеризована:

- як виробнича (виробництво кулінарної та кондитерської продукції);
- як невиробнича (надання послуг харчування);
- через супутні послуги (консультація сомел'є, метрдотеля і т.д.);
- через несупутні послуги (організація розваг, продаж квітів і т.д.).

На сучасному етапі розвитку ресторанного господарства основні інновації можна поділити на три сектори:

- новинки форматів (сукупність особливостей створення та надання послуг з організації харчування) і напрямів;
- новинки у процесах і засобах праці;
- новинки товарів і методів їх просування.

Напрямки розвитку та застосування інноваційних процесів у господарській діяльності закладів ресторанного господарства можуть реалізуватися за рахунок:

- розширення сировинної бази шляхом використання у виробництві та оформленні продукції ресторанного господарства нових видів сировини, напівфабрикатів;
- прогресивних галузевих технологій;
- новітніх технологій та напрямків у кулінарії, пов'язаних із появою модних течій у ресторанному бізнесі, переорієнтацією споживачів на здорове харчування (креативна, еклектична, Fusion, вегетаріанська і т.д. кухні, соєві ресторани тощо);
- розробки асортименту конкурентоспроможних видів продукції із заданими споживчими властивостями, високими параметрами якості та послуг (кейтерингове обслуговування і т.д.);
- застосування автоматизованих систем контролю та управління, високоефективної контрольно-вимірювальної апаратури. В ресторанному господарстві найбільш часто застосовуються системи «R-KeeperTMV6», «D2», «ProfEat», «1С-ПАРУС: Ресторанне господарство/v.2».

Використання автоматизованої системи управління в ресторанах має низку переваг:

- здійснюється автоматичний облік, контроль за надходженням, списанням та рухом сировини, напівфабрикатів, готової продукції;
- налагоджується синхронний взаємозв'язок між усіма (модулями) підсистемами ресторану тощо. У цілому ж, застосування інноваційних процесів у діяльності закладів ресторанного господарства підвищує організаційно-технічний рівень виробництва, якість продукції та послуг, знижує енерго- та капіталовитрати, покращує умови відпочинку споживачів та праці персоналу тощо.

ТЕМА 2 ЖИТТЄВИЙ ЦИКЛ ІННОВАЦІЙ В РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ. ЕТАПИ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ, ЇХ ХАРАКТЕРИСТИКА

План

2.1 Розробка нового продукту. Стадія виходу на ринок. Стадія розвитку ринку. Стадія стабілізації ринку. Стадія зменшення ринку. Стадія підйому ринку. Стадія падіння ринку.

2.2 Фундументальні дослідження, прикладні дослідження, дослідно-конструкторські і проєктно-конструкторські роботи. Комерціалізація нововведення.

Джерела:

1. Антонюк Л. Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації : монографія / Л. Л. Антонюк, А. М. Поручник, В. С. Савчук. – Київ : КНЕУ, 2000. – 124 с.

2. Василенко В. О. Інноваційний менеджмент : навч. посібник / В. О. Василенко, В. Г. Шматько ; за ред. В. О. Василенко. – Видання 3-є, вип. та доп. / . – Київ : Центр навчальної літератури, 2005. – 440 с.

3. П'ятницька Г. Т. Інноваційні ресторани технології: Основи теорії: навч. посіб. / Г. Т. П'ятницька. – Київ : Кондор-Видавництво, 2012. – 240 с.

4. Стадник В. В. Інноваційний менеджмент: навч. посіб. / В. В. Стадник, М. А. Йохна. – Київ : Академ. видав., 2006. – 463 с.

2.1 Розробка нового продукту. Стадія виходу на ринок . Стадія розвитку ринку. Стадія стабілізації ринку. Стадія зменшення ринку. Стадія підйому ринку. Стадія падіння ринку

Життєвий цикл інновації – період від зародження ідеї, створення новинки та її практичного використання до моменту зняття з виробництва.

Етапи життєвого циклу інновацій:

1. *Етап розроблення.* Включає стадії зародження ідеї, проведення науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт для перетворення ідеї на придатний для промислового виготовлення продукт, розроблення технології його виробництва.

2. *Етап виведення на ринок.* Налагодження технологічного процесу, випуск пробної партії та її ринкова апробація, формування стратегії та каналів

збуту. На цьому етапі прибуток відсутній, оскільки витрати перевищують доходи від продажу.

3. *Етап зростання*. Період швидкого сприйняття нового товару ринком і швидкого зростання прибутків.

4. *Етап зрілості* – уповільнений темп збуту внаслідок придбання товару більшістю покупців. Товар перестає бути новинкою.

5. *Етап занепаду*. Різке падіння збуту і зниження прибутків. Товар знімають з виробництва.

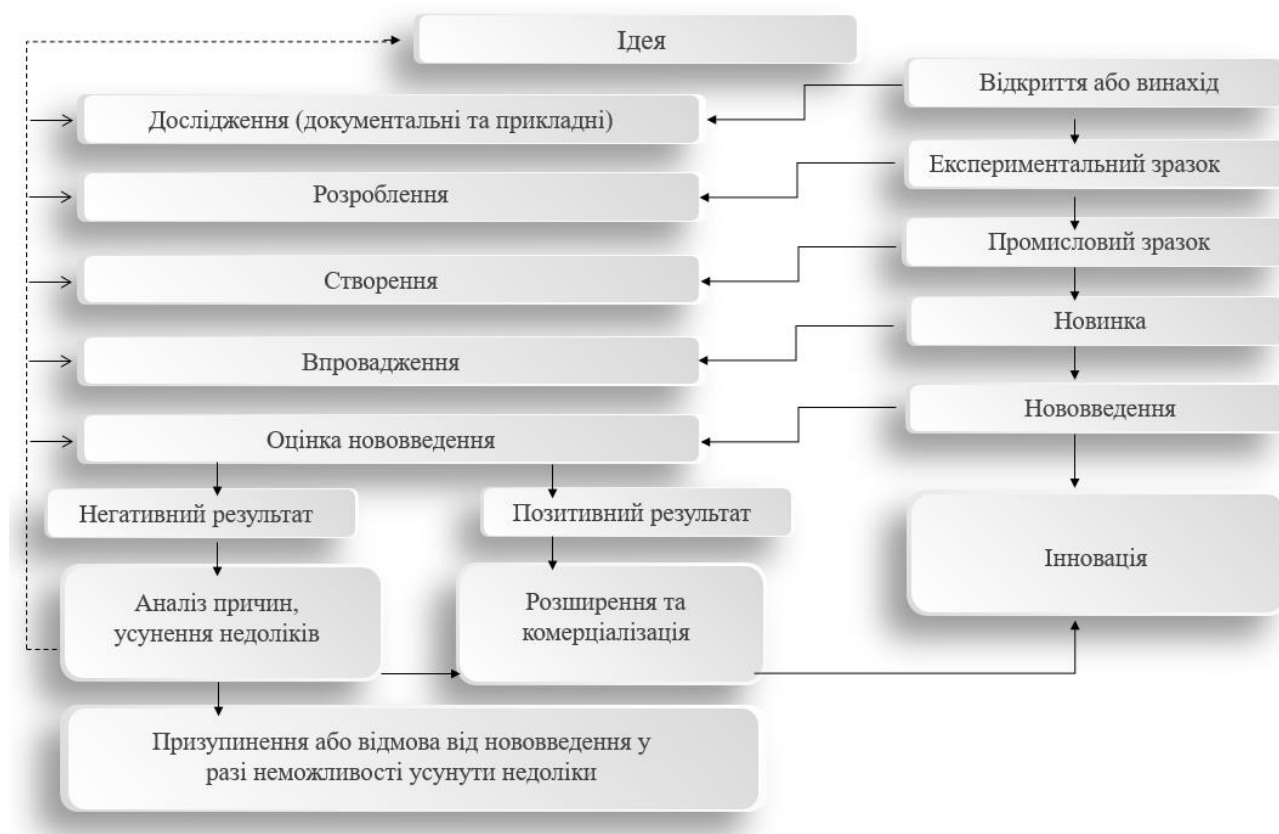


Рисунок 2.1 – Схема виникнення інновацій

Управління інноваційним процесом – невід’ємна складова діяльності сучасного підприємства, що охоплює планування, організування та стимулювання інноваційної діяльності, реалізацію інноваційних проєктів, розрахованих на отримання конкурентних переваг і зміцненні ринкових позицій підприємства.

Основні завдання, що вирішуються у межах управління продуктивними інноваціями:

– дослідження ринку для нових продуктів (потреби, місткість, переваги споживачів, вибір цільових сегментів ринку, стратегії просування товару до споживача);

- прогнозування характеру і стадій життєвого циклу нового продукту;
- визначення способів продажу нового продукту;
- дослідження кон'юнктури ринку ресурсів;
- знаходження субпідрядників на освоєння і постачання комплектуючих, обладнання;
- опрацювання можливих варіантів кооперації з конкурентами щодо розроблення і освоєння технічно складного чи ризикованого продукту;
- здійснення комплексного аналізу витрат, ціни, обсягів виробництва і продажу нового продукту;
- оцінювання ефективності інноваційного проєкту;
- аналіз ризиків, визначення методів їх мінімізації та страхування;
- вибір організаційної форми створення, освоєння і розміщення на новому ринку;
- дослідження доцільності та планування адекватних форм передавання технології в процесі створення, освоєння, розміщення на ринку і підтримки необхідного обсягу продажу нового продукту.

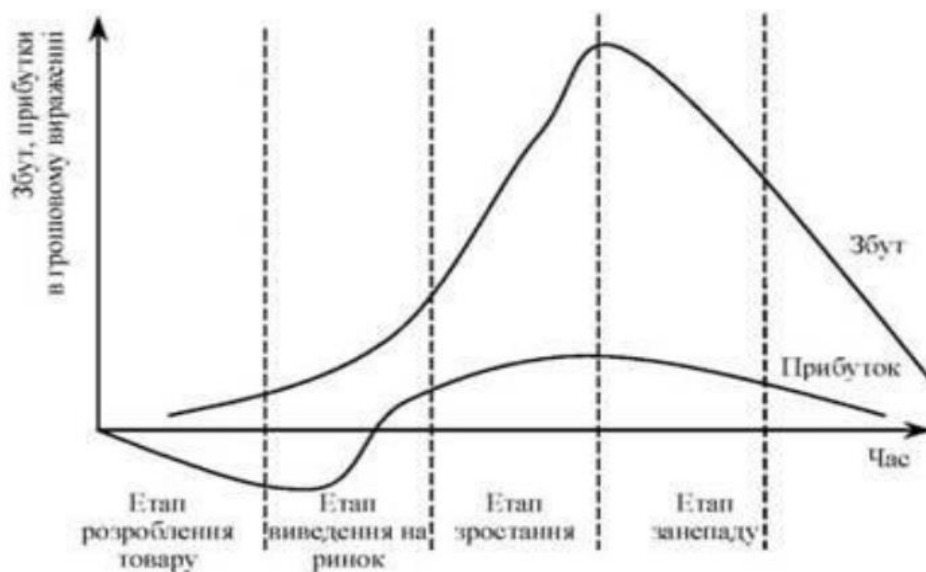


Рисунок 2.2 – Характер збуту і прибутків протягом життєвого циклу інновації

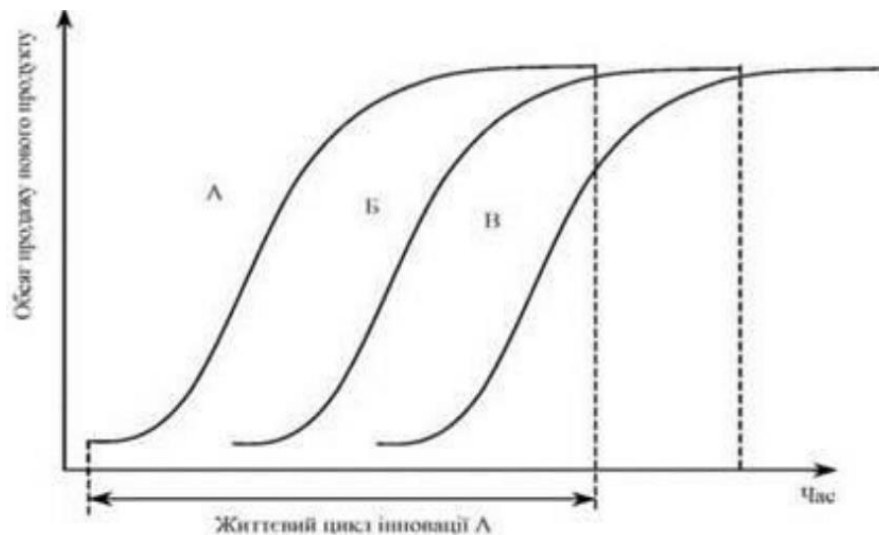


Рисунок 2.3 – Циклічний характер розвитку інновацій

2.2 Фундаментальні дослідження, прикладні дослідження, дослідно-конструкторські і проєктно-конструкторські роботи. Комерціалізація нововведення

Інноваційний процес – процес перетворення наукового знання на інновацію, яка задовольняє нові суспільні потреби; послідовний ланцюг дій, що охоплює всі стадії створення новинки і впровадження у практику.

Під час інноваційного процесу створюються не лише очікувані інноваційні продукти, а й супроводжувальні інновації, які є результатом креативної (творчої) інноваційної діяльності на певному її етапі.

Інноваційний процес містить три складові:

1. Наука. На етапах цієї складової розробляють теоретичні основи проблеми. Етап охоплює стадії фундаментальних і прикладних досліджень.

Фундаментальні дослідження спрямовані на вивчення теоретичних засад процесів чи явищ. Поштовхом до їх проведення є гіпотеза, яка потребує підтвердження. Результатом фундаментальних досліджень можуть бути відкриття.

Відкриття – науковий результат, що вносить радикальні зміни в існуючі знання, розкриває невідомі досі закономірності, властивості та явища матеріального світу, істотно впливає на перебіг науково-технічного прогресу і розвиток цивілізації, є джерелом винаходів.

Світовий досвід показує, що фундаментальні дослідження дають позитивний результат лише у 10 % випадків; практичне застосування матимуть ще менше. Г. Форд вказував: «Самі по собі ідеї цінні, але кожна ідея, врешті-решт, – тільки ідея. Завдання полягає в тому, щоб реалізувати її на практиці».

Якщо дослідження мають цілеспрямований, пошуковий характер, то позитивних результатів буде більше. Ці дослідження завершуються обґрунтуванням та експериментальною перевіркою нових методів задоволення суспільних потреб, їх результатом є винаходи.

Винахід – результат НДДКР, що відображає принципово новий механізм, який може зумовити появу нових інновацій та інноваційних процесів і суттєво вплинути на розвиток НТП.

Фундаментальні відкриття і винаходи проходять довгий шлях від формулювання гіпотези до практичного застосування.

Очевидною є тенденція до значного скорочення часу між відкриттям і його практичним застосуванням, що зумовлено усвідомленням вигоди від швидкої реалізації інновації і технічними та організаційними можливостями сучасних спеціалізованих науково-технічних закладів і дослідних лабораторій великих корпорацій.

Фундаментальні наукові дослідження здійснюються спеціалізованими науковими закладами і фінансуються переважно державою.

Прикладні дослідження визначають напрям прикладного застосування знань, здобутих у процесі фундаментальних досліджень, їхнім результатом є нові технології, матеріали, системи. Такі дослідження також потребують значних інвестицій, є ризикованими і виконуються, як правило, на конкурсній основі галузевими науково-дослідними інститутами чи вищими навчальними закладами на замовлення держави або коштом великих промислових компаній, акціонерних товариств, інноваційних фондів тощо.

2. Техніка. На цих етапах теоретичні конструкції явищ і процесів втілюють у матеріальну оболонку. Він охоплює *стадії дослідно-конструкторських і проєктно-конструкторських робіт*, які спрямовані на розроблення, проєктування, виготовлення та випробовування дослідних зразків нової техніки, технології чи нового продукту.

Визначають технічні характеристики нової продукції, розробляють інженерно-технічну документацію на неї, створюють дослідні зразки, починають експериментальне виробництво. Ці роботи здійснюють самі організації (за наявності відповідних лабораторій, конструкторських бюро, експериментального виробництва) або на їхнє замовлення вищі навчальні заклади чи спеціалізовані конструкторські бюро; фінансують їх, як правило, зацікавлені організації (зокрема на засадах спільної з іншими організаціями участі).

3. Виробництво (комерціалізація нововведення). Ця складова містить етапи впровадження у виробництво нового продукту, розроблення програми маркетингу і просування новинки на ринок.

Інвестиції на цьому етапі теж ризиковані, але їх бере на себе суб'єкт господарювання, акумулюючи для цього кошти у спеціальних фондах і використовуючи позичковий капітал (банківські кредити). Цей етап охоплює кілька стадій:

- *дослідження ринку*: вивчення готовності ринку до сприйняття нововведення; оцінювання можливості формування нових споживчих потреб, які він може задовольнити, визначення форм просування новинки на ринок, можливості її модифікації для окремих його сегментів;

- *конструювання*: формування дизайну новинки із дотриманням естетичних, ергономічних (пов'язаних з оптимальним пристосуванням умов виробництва для ефективної праці), функціональних вимог і з урахуванням преференцій споживачів обраного сегменту ринку (сучасність, комфортність, вишуканість, лаконічність, цінові характеристики тощо); розроблення маркетингових заходів для просування товару на ринок;

- *ринкове планування*: прогнозування обсягів попиту на новий товар, його асортиментного ряду, можливостей ринків збуту; оцінювання витрат на виготовлення, а також майбутніх доходів від продажу;

- *дослідне виробництво*: налагодження і відпрацювання технологічного процесу; складання кошторису витрат;

- *ринкове випробування*: здійснення рекламної кампанії до появи товару на ринку; визначення прогнозованої ціни; випуск пробної партії товару, оцінювання попиту на неї; за необхідності внесення змін у тактику маркетингу чи дизайн товару;

- *комерційне виробництво*: формування портфеля замовлень на виготовлення партій товару; укладення угод із постачальниками; розроблення логістичних схем; вибір каналів збуту; проектування та створення системи управління виробництвом; виготовлення і реалізація продукції у запланованих обсягах; відпрацювання системи управління якістю; удосконалення політики ціноутворення і методів стимулювання збуту.

Етап комерціалізації нововведення є завершальним в інноваційному процесі. Однак новий продукт не завжди залишається власністю організації, яка його створила. Право на виготовлення нового продукту можуть отримати й інші підприємства, придбавши відповідну ліцензію, відбувається дифузія нововведення.

Інвестування у придбання нововведень найменш ризиковані, тому багато фірм включаються в інноваційний процес саме на цій стадії. Найтипівішими щодо дифузій є технологічні нововведення, оскільки їм притаманна найбільша інваріантність, тобто здатність нововведення зберігати незмінними якісні та кількісні характеристики, попри перетворення і зміни у зовнішньому середовищі, що дає змогу використовувати продукт тривалий час і в різних сферах.

ТЕМА 3 СУЧАСНІ ТА ПЕРСПЕКТИВНІ ІННОВАЦІЙНІ КОНЦЕПЦІЇ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

План

3.1 Етапи розробки інноваційного продукту чи послуги в закладі ресторанного господарства.

3.2 Особливості розробки концепції закладу ресторанного господарства в сучасних умовах.

3.3 Сучасні концепції закладів ресторанного господарства з інноваційними технологіями в Україні та за кордоном.

3.4 Нові підходи до формування назви закладу ресторанного господарства. Особливості неймінгу в ресторанному бізнесі.

3.5 Інноваційні акції та рекламні прийоми сучасних закладів ресторанного господарства по залученню і утриманню клієнтів.

Джерела:

1. П'ятницька Г. Т. Інноваційні ресторани технології: основи теорії: навч. посіб. для вищ. навч. закл. / Г. Т. П'ятницька, Н. О. П'ятницька. – Київ : Кондор, 2013. – 250 с.

2. Прилепа Н. В. Особливості розвитку кейтерингу як інноваційної форми ресторанного бізнесу / Н. В. Прилепа, О. А. Миколюк // Вісник Хмельницького національного університету. – Хмельницьк, 2014. – № 5. Т. 2. – С. 91–94.

3. Кравчук Н. М. Інноваційні ресторани технології / Н. М. Кравчук, І. Л. Корецька. – Київ : НУХТ, 2014. – 114 с.

4. Влащенко Н. М. Інноваційні технології у ресторанному, готельному господарстві та туризмі : навч. посібник / Н. М. Влащенко ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. – 373 с.

3.1 Етапи розробки інноваційного продукту чи послуги в закладі ресторанного господарства

Створення інноваційного продукту/послуги в закладах ресторанного господарства (далі – ЗРГ) – діяльність, у якій задіяні практично всі функції підприємства, три з них є основними для проєкту – це маркетинг, розробка (дизайн) та виробництво. Функція маркетингу забезпечує взаємодію між підприємством та споживачами. Функція розробки грає основну роль визначенні форми та змісту продукту, які максимально відповідають запитам споживачів. Виробнича функція відповідає за постачання якісного продукту.

Процес створення інноваційного продукту чи послуги – це послідовність кроків чи дій, які підприємство використовує, щоб задумати, спроектувати продукт та запустити його у виробництво.

Багато з цих кроків та дій не фізичні, а інтелектуальні та організаційні. Процес розробки інноваційного продукту в загальному вигляді може бути представлений такими етапами:

- планування;
- розробка концепції інновації;
- системне проєктування продукту;
- робоче проєктування;
- випробування та «доведення» зразка;
- запуск серійного виробництва.

Діяльність, пов'язана з плануванням, передує розгляду інноваційного проєкту та початку реального процесу розробки продукту. Цей етап ґрунтується на корпоративній стратегії і включає оцінку науково-технічних, технологічних досягнень і ринкових цілей. Концепція інновації є опис змісту, форми, призначення та функціональних можливостей продукту та зазвичай супроводжується списком технічних вимог, дослідженням продукції конкурентів та економічним обґрунтуванням інноваційного проєкту. Системне проєктування включає визначення архітектури продукту і розбиття продукту на підсистеми і компоненти. Результатом робочого проєктування є робоча документація на продукт – креслення та інші документи, що описують геометрію кожної деталі та оснащення для її виготовлення, специфікацію деталей, що закуповуються, і технологічний процес виготовлення та збирання продукції. Випробування та доведення зразка включають створення та оцінку безлічі попередніх версій інноваційного продукту.

3.2 Особливості розробки концепції закладу ресторанного господарства в сучасних умовах

Основа комерційного успіху в ресторанному бізнесу – цікава інноваційна ідея ЗРГ. Концепція ресторанного бізнесу є найважливішою складовою при характеристиці поточних (для чинного) або потенційних (для новоствореного підприємства) бізнес-процесів. В сучасному ресторанному бізнесі важливою складовою при формуванні концепції ЗРГ є використання сучасних інноваційних технологій та розробляти щось унікальне.

Сучасна концепція закладу ресторанного господарства повинна складатись з таких складників:

- назва, з якої створюються варіанти логотипу;
- формат і тип, що доповнюють назву;
- слоган, який доносить до клієнта ідею закладу, його настрій;
- фірмовий стиль для візуальних комунікацій;
- поділ приміщення на зони, виходячи із потреб різних груп цільової аудиторії;
- дизайн інтер'єру, що включає використання інноваційних технологій оздоблення, сучасні меблі, декор, освітлення;
- сервірування та обслуговування відповідно до стандартів та вибраного стилю;
- поліграфія, представлена рекламною продукцією, бланками меню та рахунками;
- зовнішній вигляд персоналу;
- музичний супровід;
- унікальні риси закладу.

Щоб розробити концепцію закладу ресторанного господарства з нуля, необхідно:

- визначити цільову аудиторію, склавши портрети типових відвідувачів;
- оцінити територіальні особливості приміщення;
- визначити тип закладу, особливості інтер'єру, цінову категорію;
- скласти технічне завдання. Розробити схему розміщення залів;
- вибрати комплектацію кухонного цеху, провести розміщення посадкових місць;
- розробити ескізи та 3D-візуалізацію. Вибрати оздоблювальні матеріали, текстиль, предмети обстановки та декор, схеми освітлення;
- скласти план реалізації проєкту, оформити робочу документацію;

– узгодити планову документацію із державними органами. Реалізувати план.

3.3 Сучасні концепції закладів ресторанного господарства з інноваційними технологіями в Україні та за кордоном

Сучасні заклади ресторанного господарства при створенні концепції закладу використовують різноманітні інновації.

На сьогодні учені розглядають можливість групування нововведень за *інноваційним потенціалом* – ступенем глибини змін у сфері їх створення та використання: радикальні, ординарні, модифікаційні.

Радикальні інновації – інновації, що базуються на відкриттях, спричиняють створення нових галузей виробництва та споживання, нових ринків, формування нових відносин у різних сферах людської діяльності тощо.

Прикладом радикальних інновацій є нанотехнології, молекулярна кулінарія.



Рисунок 3.1 – Радикальні інновації (молекулярна кухня)

Ординарні інновації – це інновації, які базуються на винаходах або нових рішеннях. Вони вносять істотні зміни в традиційні галузі діяльності. Прикладом ординарних інновацій в ресторанному господарстві є впровадження обслуговування за допомогою робота-офіціанта або приготування страв роботом. Практика впровадження ординарної інновації зустрічається в ресторані в Стамбулі та в ресторані Нинбо, Чжэцзян, Китай.

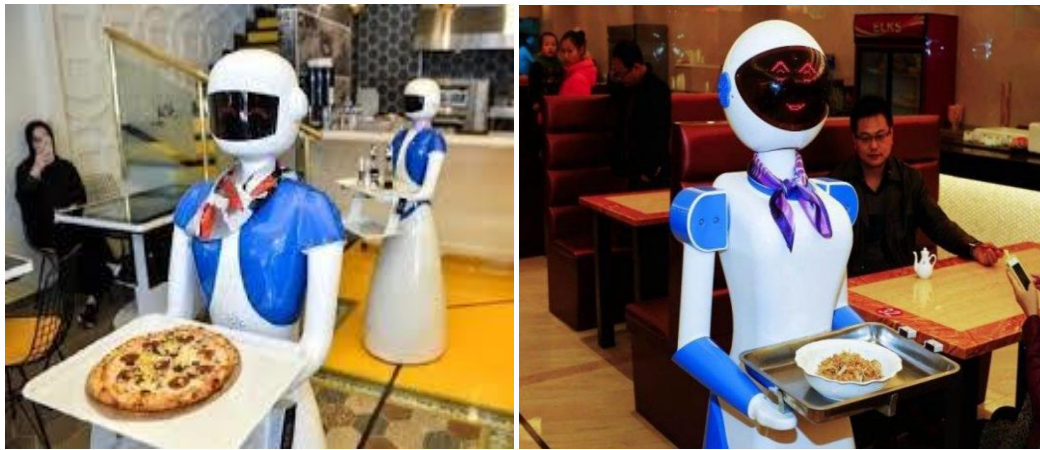


Рисунок 3.2 – Ординарні інновації (роботи - офіціанти)
(URL: <https://www.eater.com/2012/6/28/6570185/all-robot-staff-serves-cooks-at-chinas-robot-restaurant>)

Практика приготування страв роботом використовується в Тайланді («Hajime Robot Restaurant») і в Китаї («Haohai Robot Restaurant»).



Рисунок 3.3 – Ординарні інновації (роботи-кухарі)
(URL: <https://www.eater.com/2012/6/28/6570185/all-robot-staff-serves-cooks-at-chinas-robot-restaurant>)

Модифікаційні інновації передбачають використання раціоналізаторських пропозицій та забезпечують вдосконалення традиційних продуктів, технологій, методів управління тощо. Прикладами таких інновацій є

удосконалення обладнання для прибирання приміщень ресторанного підприємства, використання нового методу управління персоналом тощо.

Класифікація інновацій за значенням для еволюційної теорії: базисні, поліпшуючі, псевдоінновації.

Базисні інновації – це інновації, в основі розробки яких лежать нові фундаментальні наукові досягнення. Вони здатні корінним чином змінити характер людської діяльності, створити нові галузі, започаткувати новий технологічний уклад. Саме вони реалізують важливі винаходи та забезпечують підґрунтя для формування нових поколінь техніки. Радикальними інноваціями для ресторанного господарства є нововведення, які корінним чином можуть змінити характер надання послуг із урахуванням нового технологічного укладу.

Одним із таких прикладів є віртуальне меню і сьогодні уже є приклади успішної реалізації: інтерактивне 3D-шоу під назвою Le Petit Chef від бельгійського художнього колективу Skullmapping, яке використовується в ретсторані Дубай та Малайзії. Рішення не має аналогів у світі, воно поєднує у собі мультимедійні можливості LED-екрана та 3D-шоу віртуальної присутності страв.



Рисунок 3.4 – 3D-шоу віртуальної присутності страв «Le Petit Chef»
(URL: <https://lepetitchef.com>)

Класифікуючи інновації за значенням для еволюційної теорії, виділяють й іншу групу – **поліпшуючих інновацій**. Вони створені за рахунок використання оптимального набору раніше накопичених і перевірених у світовій практиці

наукових досягнень. Їх пов'язують із поліпшенням властивостей наявних процесів виробництва, продуктів і послуг. Такі інновації є модернізованими щодо базисних – вони створюються на основі поширення та вдосконалення базисних інновацій (тобто в межах конкретного покоління техніки й технології).

Поліпшуючі інновації характеризуються здатністю враховувати особливості певних галузей, ринків, їх сегментів чи ніш (наприклад, мобільний різновид персонального комп'ютера – ноутбук). Прикладом поліпшуючих інновацій і є використання офіціантами смартфонів або планшетів замість блокнота з олівцем, а на кухнях використання екранів із замовленнями.



Рисунок 3.5 – Поліпшуючі інновації в ресторанному бізнесі

Псевдоінновації являють собою доповнення до попередніх двох різновидів. Наприклад, сьогодні існує безліч моделей холодильників, пароконвектоматів, кавомашин. Вони передбачають незначні відмінності параметрів продукції, що виникають у результаті суспільних настроїв, моди, реклами, а не науково-технічного прогресу. Псевдоінновації спрямовані на часткове покращання елементів товару без зміни їх базової конструкції та структури. Наприклад: нова презентація устаткування для ЗРГ.

У таблиці 3.1 представлено приклади концепцій закладів ресторанного господарства в Україні та світі.

Таблиця 3.1 – Концепції ЗРГ в Україні та різних країнах світу з використанням інноваційних технологій

Концепції	Приклад концепції в Україні та світі
1	2
Концепції закладів ресторанного господарства з містами, селами, мостами, тунелями	 «Вієрне депо» (Výtopna). Прага (Чехія). У головному ресторані модель залізниці, тривалістю 400 метрів. Дорога прикрашена розвідними мостами, тунелями, містами та селами. Поїзди ходять зі швидкістю 20 км/год прямо через столи та доставляють напої захопленим відвідувачам (URL: https://vytopna.cz/)  Кафе «Локомотив» на ЮЖД. Харків. Кафе, де замовлення доставляє іграшковий поїзд
	 «Пасажир» (The Passenger). Мадрид (Іспанія). Стіни ресторану усіяні моніторами, на яких транслюється відео з локомотивів з усього світу. Це створює ілюзію, що ви знаходитесь всередині поїзда, що рухається (URL: https://www.facebook.com/ThePassengerMadrid/)

Продовження таблиці 3.1

1	2
Концепції закладів ресторанного господарства з секретними паролями та без вивісок, до яких можна потрапити на запрошення	 «Parovoz Speak Easy» Київ. Заклад–спікізі -бар, який не має вивіску. Знаходиться в кінотеатрі «Київ», щоб увійти, необхідно відгадати загадку
	 «Бар/13». Київ. У бару є непримітна вивіска, знайти його непросто. Заклад знаходиться у підвалі, тому часто можна пройти повз. Всередині повністю широка атмосфера. На вході стоїть фейсконтроль
	 «Loggerhead». Київ. трансформаторна будка –вхід. Щоб пустили на фейсконтролі, потрібно зателефонувати до дзвінка і сказати слово-пароль «Loggerhead»

Продовження таблиці 3.1

1	2
Концепції закладів ресторанного господарства - музеї з тематичним меню	 Кафе-музей «Під замком». Ужгород. Антикварні речі епохи Австро-Угорської імперії: друкарські машинки, дерев'яні годинники, м'ясорубки, праски, чайники, ваги, плетені кошики і не тільки. Можна пограти на старовинному фортепіано, послухати звуки раритетного телефону. Вечорами вмикається старий проєктор, і кафе-музей окутує магія фільмів минулого століття
	 Музей-ресторан «Сало». Львів. Арт-проект, де виставляють свої картини сучасні художники, а сцена музею-ресторану- майданчик для концертів відомих гуртів та виконавців. У музеї «Сало» 35 видів сала. У ресторані-музеї працює сувенірна крамниця

Продовження таблиці 3.1

1	2
Концепції закладів ресторанного господарства пов'язані з природними ресурсами	 «Лабассін» (Labassin Waterfall). Новий Орлеан (Луїзіана) – концепція єдиного у своєму роді ресторану, що знаходиться біля підніжжя водоспаду. Гості сидять за бамбуковими столами з ногами, зануреними в вируючу воду. Після трапези гості можуть викупатися у водоспаді, а потім ознайомитися з іншими розвагами – сплав на бамбукових плотах або уроки збору кокосового горіха (URL: http://villaescudero.com/waterfall-restaurant/)  «Теотіакан» (Мексика). знаходиться у вулканічній печері, де гості можуть скуштувати автентичні страви місцевої кухні. Завершують культурологічний досвід мексиканські танці (URL: http://lagruta.mx/index_en.php)
Концепції закладів ресторанного господарства пов'язані з технологічними інноваціями в архітектурі	 «Чілаут» (Chillout). Крижаний бар Дубай. Це ресторан, де використовується технологічна інновація в галузі охолодження, освітлення та архітектури (URL: http://chilloutindubai.com/)

Продовження таблиці 3.1

1	2
	Ресторан «Under». Ліндеснес, Норвегія. Перший у Європі та наймасштабніший у світі підводний ресторан відкрив свої двері для відвідувачів: чудова монолітна конструкція завдовжки 34 метри наполовину затоплена в морі – її нижня частина закріплена на дні на глибині 5 метрів. Форма будівлі спроектована таким чином, щоб згодом повністю інтегруватися в морське середовище, оскільки шорсткість бетонної оболонки функціонуватиме як штучний риф, що поступово обростає водоростями, і залучатиме спільноти молюсків. Дослідники будуть проводити моніторинг та документування популяції та поведінки мешканців глибин у цьому районі, щоб покращити державне управління морськими ресурсами
	«Ocean Restaurant». Сингапур. Ресторан розташований прямо всередині океанаріуму S.E.A. Aquarium, який населяє понад 40 тисяч морських тварин. (URL: https://www.rwsentosa.com/en/restaurants/ocean-restaurant-by-cat-cora/overview)

Продовження таблиці 3.1

1	2
	«Treepod Dining». Ко Куд (Тайланд). Ресторан – кабінка, що підвішується на дереві, звідки відвідувачі можуть милуватися краєвидом на океан та віддалені тропічні острови. У бамбуковому «гнізді» можуть поміститися до 4 осіб. Система кабелів піднімає гніздо на саму вершину тропічного лісу. Офіціанти роблять трюки, використовуючи зиплайн. (URL: https://www.soneva.com/soneva-kiri/experiences/treepod-dining/)
Концепції закладів ресторанного господарства з оригінальною подачею страв	 «Churrasco Bar». Харків. Подача пива в банках
	 Japanese Robatayaki restaurant «INAKAYA». Токіо. Страви готуються на вугіллі і подаються готові страви на дерев'яній лопаті з довгою ручкою
	 «Реберня». Львів. В закладі немає тарілок та всі страви необхідно їсти руками. Замість посуду – серветка

Продовження таблиці 3.1

1	2
	 «Супкультура». Харків. Подача Крем-супу у з'їсному стакані
Концепції закладів ресторанного господарства, присвячені певній тематиці. Взята за основу ідея повинна відображатися в інтер'єрі, інтер'єрі, меню та оформленні страв.	 Дім Жука. (Beetle House). Нью-Йорк, Лос-Анджелес (США). Ресторан, який поєднує любителів фільмів жахів, свята Хеллоуїна та похмурої готичної музики. Тут святкують Хелловін цілий рік, а відвідувачі насолоджуються божевільням і дивацтвом. Декоратори взяли за основу творчість Тіма Бертон, перетворили ресторан на цілий альманах з купою посилань до його фільмів. Концепцію успішно доповнюють готичні люстри, страшний антикваріат і зловісне освітлення (URL: https://www.beetlehousesnyc.com/)   «O'Noir» Montreal. Ресторан у темряві. Інтер'єри ресторану виконані у темних фарбах, а зустрічають та проводжають гостей до столиків офіціанти у приладах нічного бачення. На території ресторану заборонено запальнички, мобільні телефони та іншу ілюмінацію. Мета – соціальна реабілітація сліпих людей, яким неможливо повернути зір. Сенсорне відчуття їжі в темряві відрізняється від звичайного сприйняття

Закінчення таблиці 3.1

1	2
	 Мазох-кафе. Львів. Тематика – садо-мазо. Стіни прикрашають шкіряні батоги, кайдани, наручники та ланцюги. Офіціантки, одягнені в стилі «мазо» та можуть відстібати гостей батогом або побити батогами
	 Kinderkookkafe. Амстердам. Замість дорослих офіціантів діти не лише обслуговують відвідувачів та приносять рахунки, а й готують під наглядом дорослого кухаря

3.4 Нові підходи до формування назви закладу ресторанного господарства. Особливості неймінгу в ресторанному бізнесі

Неймінг – комплекс робіт, пов'язаних із створенням звучних, точних назв для підприємств, проєктів та Інтернет-сайтів, що легко запам'ятовуються.

У сучасній мові слово «неймінг» є синонімом терміна «професійна розробка назви».

Неймінг (від англ. «naming» – ім'я) – це трудомісткий процес розробки імені комерційним об'єктам.

Гарна назва – це зброя, яка буде працювати пліч-о-пліч з усіма елементами вашого маркетингу, буде люто атакувати конкурентів і несамовито захищати ваші ринкові позиції.

Завдання неймінгу – знайти назву-лідер. Мета – донести цінності бренду.

Правильно підібрана назва виділяє компанію або товар серед конкурентів, залучає клієнтів і споживачів; спрощує комунікації бренду, дає поштовх до розвитку. Важливим етапом у пошуку імені є психолінгвістичний

аналіз за напрямками:

- оригінальність;
- лаконічність;
- інтернаціональність;
- виразність;
- технологічність;
- довговічність;
- відповідність історичного коріння;
- настрою масової свідомості;
- відповідність тенденціям розвитку суспільства в культурному та

соціально-політичному середовищі.

Назва повинна відповідати наступним критеріям:

- однозначна;
- лаконічна;
- ясна, впізнавана;
- має відображати діяльність;
- концепцію підприємства;
- виражати його індивідуальність,
- встановлювати комунікаційний процес.

Назва торгової марки – це слово або словосполучення, яке повинно вказувати на одну (або декілька) з наступних категорій або асоціюватися з ними:

- суть бренду;
- результат від використання, одержуваний споживачем;
- ідея позиціонування марки;
- головна відмінність від конкурентних марок;
- основна вигода та перевага для споживачів;
- призначення товару, товарна категорія;
- мотиви, які спонукають споживачів купити дану марку;
- основні аспекти якості або свідоцтва про якість;
- цінова категорія;
- склад, конструктивні особливості товару;
- торгова пропозиція своїм споживачам;
- головна цінність марки з погляду споживачів;
- стиль і рівень життя споживача;
- ситуації використання товару;
- ситуації покупки товару.

Етапи процесу неймінгу є:

- розгорнутий опис продуктів, які виробляються підприємством;
- аналіз конкурентів;
- аналіз споживачів;
- концепція позиціонування продукту/компанії;
- концепція ідентичності бренду.

Технологія створення неймінгу:

- активне використання спеціальних технік словотворень;
- генерація великих списків імен;
- лінгвістична робота: українська, іноземна, латинська;
- спеціальні експертні техніки для відбору імен;
- аналіз на асоціації і правильність емоційної реакції споживача, що виникають при вербальному та семантичному сприйнятті пропонованого неймінга;
- методологія фонотипу – асоціативного, семантичного, лінгвістичного, фонетичного ряду, емоційного обґрунтування;
- первинна перевірка по відкритій базі зареєстрованих ЗРГ.

Аналіз найменування ресторанів свідчить про те, що найбільш часто в назвах зустрічаються наступні недоліки:

- незрозумілий сенс слова, або він відсутній;
- неприємне звучання назви;
- складність прочитання / вимови;
- найменування не співвідноситься з профілем ресторану;
- недостатня увага до вивчення всіх можливих асоціацій і відтінків значення слів.

Назви ресторанів можна розділити на кілька основних категорій:

1) *кулінарний неймінг* – вказівка в імені специфіки кухні дає клієнтові чітке розуміння, що він знайде в меню (наприклад: «Live.Love.Avocado», «Каша маслом»);

2) *географічний неймінг* – цей клас назв має географічне та історичне посилення. Таким чином вдається позначити місце розташування закладу, надати вагомість його статусу і, як правило, вказати на кухню. За назвою можна зрозуміти, де розташований ресторан і яка там кухня (наприклад: «Аргентина гриль», «Paris»);

3) *неймінг-легенда* – ім'я ресторану пов'язано з якою-небудь подією, об'єктом або особистістю. Ресторан за допомогою інтер'єру, меню або

культурно-розважальної програми розповідає гостям історію своєї назви (наприклад: ресторан «Шевченко» в м. Київ, «Чехов»);

4) *концептуальний неймінг* – назва як трансляція головної ідеї закладу, а вона, швидше за все, зовсім не про їжу, а про атмосферу ресторану. Не про те, як поїсти, але як провести час (наприклад: «Криївка», «Мазох»);

5) *неймінг – «фішка»* – назва відображає особливість даного закладу. Унікальність може стосуватися сервісного обслуговування, цінової політики, вказувати на певну аудиторію (наприклад: «Молодість», «True price»).

Назва товару або послуги – це перше, що помічає споживач, що впливає на формування ставлення до бренду.

Ім'я товару або послуги відіграє значну роль у залученні уваги і впливу на споживача.

Назва товару чи послуги дається на все життя. Тому бізнесменам варто більш уважно ставитися до вибору назви.

3.5 Акції та рекламні прийоми сучасних закладів ресторанного господарства, інноваційні підходи по залученню і утриманню клієнтів

Правильно сплановані та успішно проведені акції у закладах громадського харчування збільшують потік відвідувачів, формують базу постійних клієнтів та підвищують прибуток.

Для створення спеціальних пропозицій є три ефективні прийоми:

Побудження до дії. Гості ресторану повинні виконати дію, щоб отримати акційну пропозицію (знижку, безкоштовний десерт тощо). Наприклад, відвідати заклад, замовити певну страву, передзвонити за вказаним телефоном, зробити репост у соціальних мережах тощо.

Визначення вигоди. Гості ресторану, які замовлять пляшку шампанського, отримають в подарунок два ексклюзивні десерти від шеф-кухаря.

Створити штучне обмеження. Будь-яка спецпропозиція повинна мати свої рамки – в іншому випадку вона втрачає унікальність. Обмеження можуть бути сезонними (гарбузовий пиріг — лише восени), за особливими днями (відсвання дня народження в закладі), за категоріями меню (при замовленні конкретного напою знижка на всі піци), за кількістю відвідувачів (для компаній від п'яти осіб або для пар).

Приклади акцій в закладах ресторанного господарства:

Програми лояльності та кешбеки. Налаштування системи бонусів для постійної аудиторії. Для цього можна впровадити пластикові або електронні накопичувальні картки. Відсоток бонусу може безпосередньо залежати від суми

замовлень. Можливість оплачувати бонусами деякі категорії меню чи всі позиції.

Подарунки за активність у соціальних мережах. Практично всі заклади ресторанного господарства мають сторінки та групи в одній або кількох соціальних мережах, визнаючи їх найдієвішим способом просування. У меню з'являються QR-коди, за якими можна миттєво перейти у профіль, підписатися та залишити відгук. Клієнтам пропонують публікувати фотографії, зроблені у закладі, та відзначати їх фірмовими хештегами. Найактивніших варто заохочувати знижками чи безкоштовними десертами.

Безкоштовна доставка. Якщо заклад доставляє їжу та напої додому та в офіси, при замовленні понад певну суму можна зробити послугу безкоштовною.

Знижки, купони. Стимування клієнтів, які прийшли вперше, надавати знижку на другий та наступні замовлення (наприклад, протягом тижня). Пропозиція ненав'язливої смс-розсилки – залишив номер телефону, зробив перше замовлення, отримав повідомлення про те, що наступного разу (і ще раз протягом тижня) зможе пообідати на 20 % дешевше.

Щаслива година. Ця акція дозволяє збільшити відвідуваність ресторану в непопулярний час за рахунок надання клієнтам знижок у встановлений годинник.

Безліміт. Відвідувач сплачує фіксовану суму за обід чи вечерю на одного, а з'їсти може стільки порцій, скільки зможе.

Акції «2+1», коли клієнт при замовленні двох страв отримує безкоштовний напій, підходять невеликому ресторанчику.

Розіграші, конкурси, лотереї та вікторини. Їх можна проводити самостійно та із залученням партнерів, усередині ресторану чи на сайті, а також у соціальних мережах. Багато ресторанів регулярно розігрують серед клієнтів купони зі знижками, безкоштовні напої, обіди та романтичні вечери на двох.

В честь свята. Пригощання 8 Березня кожному відвідувачку келихом шампанського, у День святого Валентина подарунки парам по пляшці вина під час замовлення двох основних страв, в день народження ресторану – перші 20 гостей після 18:00 отримають сувеніри з фірмовою символікою тощо.

Для успішного закладу ресторанного господарства для просування акції мало просто запустити її у своєму закладі. Постійні клієнти та потенційні відвідувачі повинні дізнатися про те, що заклад приготував для них заздалегідь. Для цього необхідна сучасна та цікава реклама за допомогою: сайту, розсилки електронною поштою, постів на сайті ресторану та у соціальних мережах (відстежування коментарів, щоб зрозуміти, наскільки точно реклама потрапила до цільової аудиторії), внутрішньої та зовнішньої реклами (у вигляді штендера біля входу, наприклад), відеороликів на телебачення чи радіо тощо.

Сугестія – це сучасне вміння навіяти відвідувачеві ідею замовити ту чи іншу страву чи послугу.

Сугестія (від лат. «suggestio» – навіювання) – психологічний вплив на свідомість людини, при якому відбувається некритичне сприйняття ним переконань і установок. Являє собою особливо сформовані словесні (але іноді й емоційні) конструкції, які часто також називають навіюванням.

Сугестія широко використовується представниками ресторанного бізнесу як інноваційний метод залучення гостей. Для того, щоб збільшити обсяг продажів, ресторан використовує такий метод зворотного зв'язку, як підтримка контакту з клієнтом: посылка гостям різдвяних листівок, подарунків, листування з гостями тощо.

До психологічних методів, застосовуваним у ресторанному бізнесі, можна віднести психотехнологію продажів, тобто дії працівників ЗРГ, засновані на знанні соціально-психологічних закономірностей взаємодії з клієнтом, умінні керувати ним на користь діяльності закладу.

Якщо говорити про роботу підприємств ресторанного господарства, то метод обслуговування відвідувачів тісно пов'язаний із психологією обслуговування.

При такому обслуговуванні гість має можливість отримати від офіціанта пораду, а офіціант, зі свого боку, бере активну участь у виборі страв та напоїв. В даному випадку доречно говорити про сугестивний сервіс. Вміння навіяти гостю ідею замовити ту чи іншу страву чи напій – потужний засіб збільшити прибуток ресторану.

Офіціант може порадити скуштувати якусь страву, про яку гість просто ніколи не чув і не знає, що це таке. Поради ж про те, які вина поєднуються із стравами, замовленими гостями, завжди приймаються з вдячністю, оскільки в таких речах мало хто обізнаний. Мета сугестивного сервісу – перетворити обслуговуючий персонал на умілих продавців ресторанних послуг, які досконало знають свій товар.

Положення сугестивного сервісу:

- обслуговуючий персонал повинен використовувати прийом професійних торговців;
- створювати та стимулювати зворотний зв'язок;
- необхідно навчати офіціантів давати поради, в яких міститься альтернатива;
- обов'язкова умова – офіціант має бути знавцем вин та кулінарії;
- офіціанти повинні використовувати переконливі слова та висловлювання;
- під час навчання персоналу широко використовувати рольові ігри;
- вміти відрізнити сугестивний сервіс від нав'язливого.

ТЕМА 4 ВИНИКНЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО НАПРЯМУ РОЗРОБКИ СТРАВ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА, СПЕЦИФІКА ТА ОСОБЛИВОСТІ МЕТОДИКИ. ТЕХНІКИ ТЕКСТУРНОЇ ТА МОЛЕКУЛЯРНОЇ КУХНІ. ІННОВАЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

План

- 4.1 Система смакових поєднань продуктів.
- 4.2 Принципи розробки рецептур, що засновані на використанні прийому «Foodpairing».
- 4.3 Історичні аспекти появи текстурної кухні.
- 4.4 Сучасні техніки текстурної кухні. Особливості приготування страв шляхом сферифікації, емульсифікації, драглеутворення.
- 4.5 Характеристика структуроутворювачів. Рекомендації щодо вибору структуроутворювачів.
- 4.6 Основні переваги та недоліки текстурної кухні.
- 4.7 Історичні аспекти розвитку та формування молекулярної гастрономії.
- 4.8 Основні напрями, завдання та принципи молекулярних технологій.
- 4.9 Нові компоненти, інструменти, обладнання та апарати, методи на молекулярній кухні.

Джерела:

- 1. Уайтхолл Б. Молекулярная магия / Б. Уайтхолл // Food Service. – 2006. – № 7. – С. 69–74.
- 2. Хестон Блюменталь. Наука кулинарии, молекулярная гастрономия / Хестон Блюменталь. – Bloombury USA, 2006. – 78 с.
- 3. Blumenthal H. Kitchen Chemistry / Heston Blumenthal, Ted Lister. – London: Royal Society of Chemistry, 2005. – 259 p.
- 4. Пивоваров П. П. Теоретичні основи технології громадського харчування – Харків, 2001. – 184 с.
- 5. Garcia-Segovia P. Effect of cooking method on mechanical properties, color and structure of beef muscle / P. Garcia-Segovia, A. Andres-Bello, and J. Martinez-Monzo // Journal of Food Engineering. – 2007. – Vol. 80. – P. 813–821.

4.1 Система смакових поєднань продуктів

Принцип поєднання різних інгредієнтів між собою обґрунтований хімічним складом, який у кожного різновиду продуктів свій. Склад повністю впливає на час засвоєння та розщеплення їжі шлунком. Якщо непоєднувані продукти потрапляють в організм разом, то через різний час перетравлення можуть викликати серйозні проблеми з травленням. Дотримуючись правильного харчування, обов'язково потрібно враховувати цю властивість.

Крім часу засвоєння необхідно також враховувати енергетичну цінність продуктів – їжа, в якій переважають вуглеводи, погано поєднується з жирами. Це саме стосується й протеїнів.

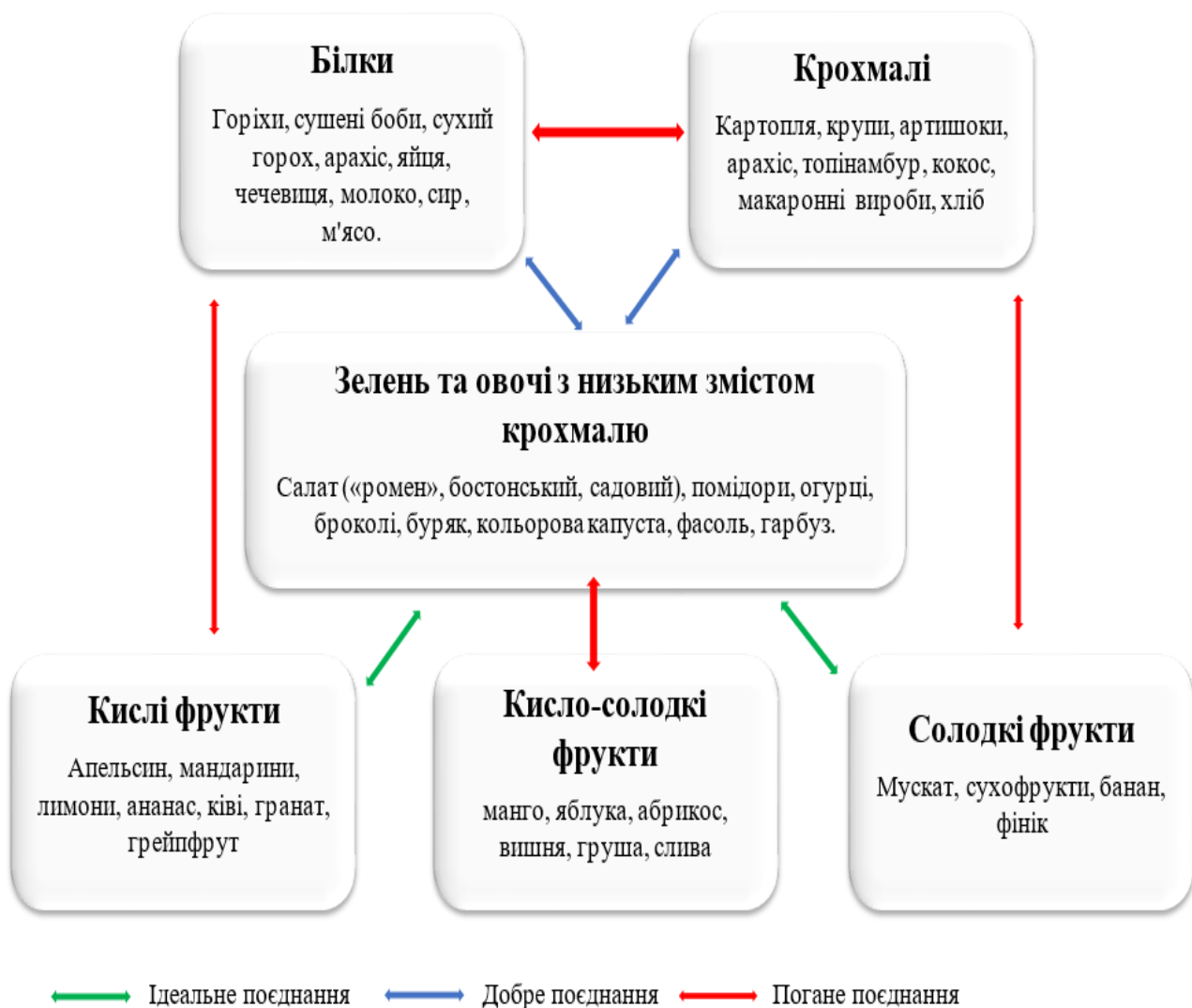


Рисунок 4.1 – Правильне поєднання продуктів харчування

В таблиці 4.1 наведено з якими інгредієнтами той чи інший компонент поєднується, а з якими ні.

Таблиця 4.1 – Поєднання продуктів між собою

Продукти харчування	Сумісні з продуктами:	Несумісні з продуктами:
1	2	3
М'ясо пісне, риба пісна, птаха пісний	– овочі зеленого кольору; – овочі, що не містять крохмаль	– зернобобові; – вершкове масло, вершки; – сметана; – рослинна олія; – цукор, кондитерські вироби; – хліб, крупи, картопля; – усі види кислих фруктів, томати; – усіма видами солодких фруктів, сухофруктами; – молоко; – сир, кисломолоч. продукти; – сир, бринза; – яйця; – горіхи
Зернобобові	– сметана, масло; – овочі, що не містять крохмаль (за винятком картоплі); – овочі зеленого кольору і крохмаль, що не містять	– пісне м'ясо та риба, пісний птах; – цукор, кондитерські вироби; – усі види кислих фруктів, томати; – усіма видами солодких фруктів, сухофруктами; – молоко; – сир, кисломолоч. продукти; – сир, бринза; – яйця
Слив.масло, вершки	– хлібом, крупами, картоплею; – кислими фруктами, помідорами; – овочами крохмалистими; – овочами зеленими та некрохмалистими овочами	– пісним м'ясом, пісною рибою, пісним птахом; – олією; – цукром, кондитерськими виробами; – усіма видами солодких фруктів, сухофруктами; – сиром, кисломолочними продуктами; – яйцями; – горіхами
Сметана	– зернобобовими; – хлібом, крупами, картоплею; – кислими фруктами, помідорами; – овочами крохмалистими; – овочами зеленого кольору та некрохмалистими – овочами; – сиром, – кисломолочними продуктами	– пісним м'ясом, пісною рибою, пісним птахом; – цукром, кондитерськими виробами; – молоком; – горіхами

Продовження таблиці 4.1

1	2	3
Овочі зеленого кольору, некрохмалисті овочі	– м'ясом пісним, рибою пісною, птицею пісною; – зернобобовими; – маслом вершковим та вершками; – сметаною; – олією рослинною; – цукром, кондитерськими виробами; – кислими фруктами, помідорами; – хлібом, крупами, картоплею; – фруктами солодкими, сухофруктами; – овочами крохмалистими; – сиром, бринзою; – яйцями; – горіхами	– молоко
Овочі крохмалисті (крім картоплі)	– зернобобовими; – маслом вершковим та вершками; – сметаною; – олією рослинною; – хлібом, крупами, картоплею; – овочами зеленого кольору та некрохмалистими овочами; – сиром, – кисломолочними продуктами; – сиром, бринзою; – горіхами	– цукром, кондитерськими виробами
Молоко		– м'ясом, рибою, птахом пісними; – зернобобовими; – сметаною; – олією; – цукром, кондитерськими виробами; – хлібом, крупами, картоплею; – усіма видами кислих фруктів, помідорами; – овочами зеленого кольору, некрохмалистими овочами; – сиром, кисломолочними продуктами; – сиром, бринзою; – яйцями; – горіхами
Яйця	– з овочами зеленого кольору та некрохмалистими овочами	– м'ясом, рибою, птахом пісними; – зернобобовими; – слив.маслом, вершками;

Закінчення таблиці 4.1

1	2	3
	–	– раст.олією; – цукром, конд.виробами; – хлібом, крупами, картоплею; – усіма видами кислих фруктів, помідорами; – усіма видами солодких фруктів, сухофруктами; – молоком; – сиром, кисломолочними продуктами; – сиром, бринзою; – горіхами
Горіхи	– олією рослинною; – кислими фруктами, помідорами; – овочами крохмалистими (крім картоплі); – овочами зеленого кольору та некрохмалистими овочами; – сиром, усіма видами кисломолочних продуктів	– м'ясом, рибою, птахом пісними; – вершковим маслом, вершками; – сметаною; – цукром, кондитерськими виробами; – молоком; – яйцями

Правильно підібрані спеції здатні скласти з іншими продуктами цікаві поєднання, посиливши їх смак, доповнюючи та дозволяючи розкритися аромату. В основі системи поєднання спецій і продуктів лежать ті самі принципи – багато приправ здатні прискорити переробку продуктів, а можуть розпалити апетит або замінити цукор. Найпоширеніші поєднання продуктів зі спеціями представлено в таблиці 4.2.

Таблиця 4.2 – Найпоширеніші поєднання продуктів зі спеціями

Продукт	Спеції
М'ясо	Кріп, коріандр, розмарин, чебрець, шавлія, орегано, кмін
Птах	Часник, орегано, чебрець, коріандр, куркума
Морепродукти	Кріп, майоран, чебрець, базилік, коріандр, тархун
Овочі	Часник, базилік, майоран, тархун, розмарин, чебрець, орегано, шавлія, мускатний горіх, імбир
Гриби	Кріп, гвоздика, коріандр, запашний перець, білий перець, розмарин, ялівцеві ягоди
Бобові	Кріп, тархун, розмарин, орегано, майоран

Зазвичай найсмачнішими поєднаннями є ті, які бояться з'єднати, або не можуть припустити, що вони могли б поєднуватися. Але в кулінарії обов'язково потрібно експериментувати. Приклади, як поєднується непоєднуване: мед та пармезан, чилі та шоколад (у Мексиці за традицією

готують гарячий шоколад з порошком чилі), гуакамолє та гранат, груша та блакитний сир, рожева сіль та кавун, батат та арахісове масло.

4.2 Принципи розробки рецептур, що засновані на використанні прийому «Foodpairing»

«Foodpairing» – це метод поєднання продуктів, що базується на хімічній формулі аромату кожного продукту.

Поняття «Foodpairing» порівняно недавно увійшло в побут кулінарів, його почали розвивати на початку ХХІ століття. «Foodpairing» в буквальному значенні означає «правильне» поєднання продуктів один з одним. Основа – аналіз компонентів та ароматів. До основоположників теорії і методики «Foodpairing» можна віднести Хестона Блюменталє, шеф-кухаря ресторану «The Fat Duck» в Великобританії, одного із авторитетних розробників молекулярної кухні і нових технологій приготування їжі. Він досліджував поєднання білого шоколаду та чорної ікри. При їх детальному вивченні, Блюменталь виявив, що вони мають однакові ключові ароматичні характеристики.

Бернар Лаусс, фуд-інженер, використовував науковий підхід, щоб вивчати та розвивати кулінарію. На основі ароматичних і смакових якостей різних продуктів, Бернар і його прихильники склали коло смаків, яке підняло гастрономію на новий рівень.

Бернард Лаусс представив Інтернет-проект «Foodpairing Tree», широко використовуваний кулінарами і міксологами при розробці нових страв (див. рис. 4.2.)

Він зі своєю експертною групою розробив комбінації продуктів, які добре поєднуються один з одним, і мають загальні ароматичні компоненти на основі зафіксованих даних аналізу великої кількості продуктів. Для кращої візуалізації в допомогу кухарям і барменам було складено древо фудпейрінга, в середині якого знаходиться продукт, який можна з чимось з'єднати. Навколо нього – інші продукти, які можна комбінувати з центральним. За його допомогою можна підібрати різноманітні продукти, ароматичні якості яких можуть доповнювати один одного. Методологія «Foodpairing» відкриває цілий новий світ можливих комбінацій продуктів.

Смак, текстура, а тепер і запах потрапили під пильне око біологів, хіміків і фізиків – дослідників, чия любов до кулінарії веде вглиб гастрономічних вишукувань і молекулярних експериментів. За останнє десятиліття область кулінарії розширила коло книг з рецептами, діставшись до наукових видань.

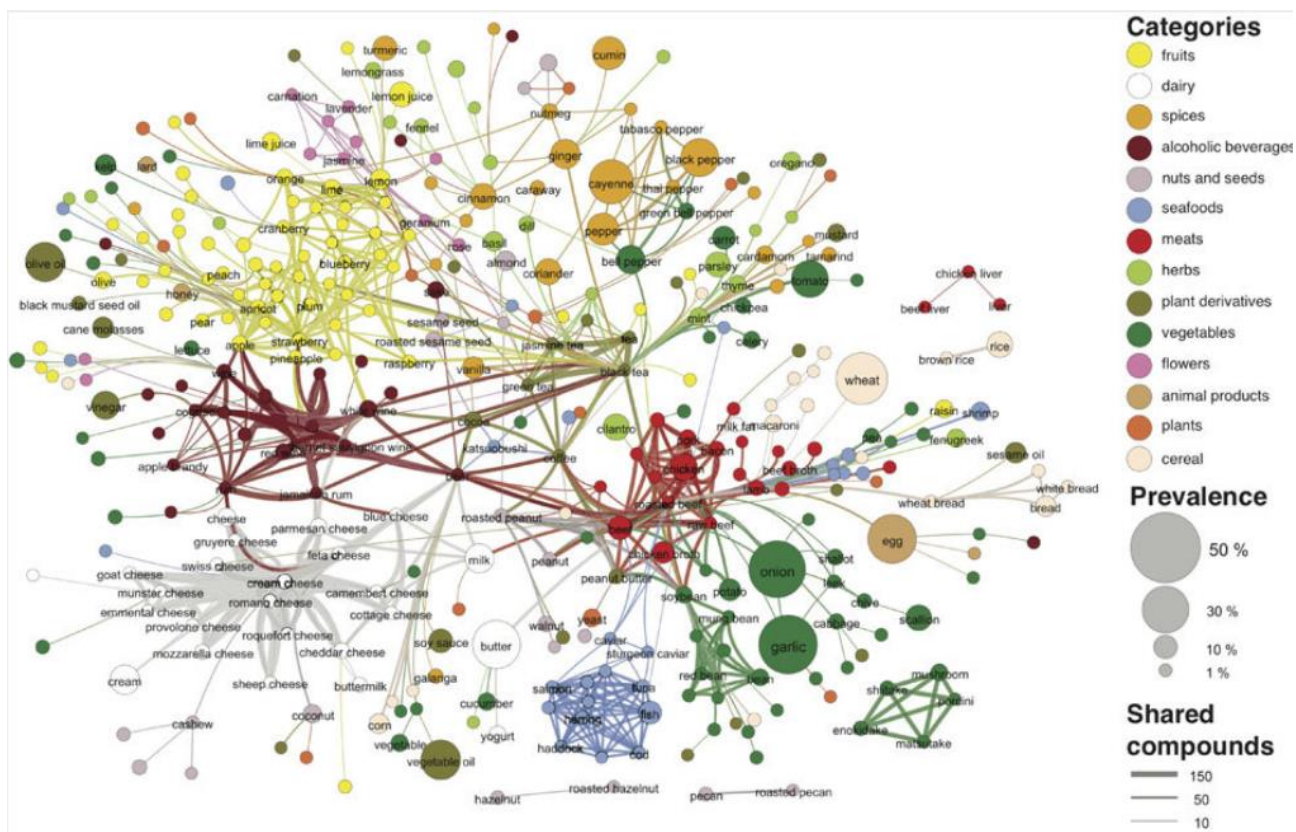


Рисунок 4.2 – «Foodpairing Tree» – додаток для формування гармонічного поєднання інгредієнтів

«Foodpairing» покликаний розширити наші уявлення про те, що таке смак. Це течія в гастрокультурі, що дозволяє виходити за рамки простих гам та поєднань, при цьому створюючи «унікальний смак і аромат». Це історія про гармонізацію смаків продуктів, які можна комбінувати, щоб отримати абсолютно нові та дивовижні поєднання.



Рисунок 4.3 – Метод поєднання продуктів «Foodpairing»

«Foodpairing» – не керівництво до дії, а новий простір для творчості. Він дозволяє вийти за межі звичної гастрономічної культури. Деруни зі сметаною –

прекрасно, але куди цікавіше зазирнути в комору ароматів і підібрати коханому овочу інше звучання. Бернар Лаусса до апетитної картоплі пропонує додати гуаву, лічі, бергамот, а також звичні для нас бекон, сир і помідори.

В стравах сучасних і концептуальних кухонь зустрічаються абсолютно різні поєднання: від простих «шоколад-апельсин» до хитросплетених міксів з ферментованих продуктів. І щоб навчитися розуміти тонкощі смакових переливів, потрібні регулярні знайомства з новими і новими поєднаннями.

Ця методика допомагає шеф-кухарям, барменам і баристам знайти нові гармонійні композиції смаків, скласти нестандартне меню або нову неповторну страву або коктейль. Саме на основі наукового методу поєднання продуктів «Foodpairing» можна створювати унікальні авторські екстравагантні та неординарні страви із незвичайним поєднанням смаків, які сподобаються навіть найвимогливішим гурманам, що і обумовлює актуальність розроблення меню з широким асортиментом страв, рецептури яких базуються на даній методиці. Історично всі смакові поєднання страв будувалися методом проб та помилок – кухарі змішували одні продукти з іншими і розуміли, які саме поєднання розкривають смак страви, а які псують. Однак, наразі найцікавіша фішка фудпейрингу в кулінарії полягає в тому, що всі розрахунки та алгоритми обчислює штучний інтелект. Так, для того щоб підібрати гастрономічні пари для будь-якого інгредієнта створено електронний ресурс під назвою «Foodpairing».

Алгоритм роботи з цим додатком «Foodpairing»:

- виділяємо основний смаковий елемент у майбутній страві;
- створюємо «смаковий міст» (загальний інгредієнт у страві, наприклад, груша);
- шукаємо загальне смакове поєднання до головного інгредієнта з «Foodpairing» (кардамон, лайм, яблуко);
- ускладнюємо смак за допомогою додаткових поєднань (наприклад, додавши есенцію лимонного чебрецю та морквяну пастилу, посилюємо насолоду груші та робимо смак лайма більш багатограним).

Процес «Foodpairing»: молекула бензальдегіду формує смак мигдалю. Крім мигдалю, ця молекула міститься ще в абрикосі, каві, інжирі, вишні, моцареллі, кориці та ще багатьох інших продуктах. Якщо з'єднати два, три чи кілька інгредієнтів, що містять бензальдегід, то мозок та смакові рецептори сприймуть це як гармонійне поєднання. Таким чином і працює метод food pairing, який дає можливість іменитим шеф-кухарям і просто любителям кулінарії створювати нові неймовірні поєднання продуктів. Наприклад, білий шоколад та чорна ікра, манго та перець чилі, буряк та копчена риба, кавун та

моцарелла, кава і часник, мандарин і тим'ян, огірок та фіалка, банан і петрушка, манго та екстракт сосни, устриці та маракуйя, і ще дуже багато варіантів, які змусять здивуватися всіх гурманів. На основі цього складається дерево поєднань, що характеризує ступінь поєднуваності різних інгредієнтів за спільними ключовими ароматами.

Серед існуючих сучасних напрямків молекулярної гастрономії, перспективним є використання методики «Foodpairing» з метою створення нових унікальних авторських страв під час розроблення меню для закладів ресторанного господарства, що дозволить складати ідеальні композиції інгредієнтів, які виразно здивують смакові відчуття гурманів.

4.3 Історичні аспекти появи текстурної кухні

Текстура продуктів – це поверхневий візерунок, який є відчутним дотиком і визначається візуально. Кожен продукт має свою особливу текстуру, картопля шорстка, яблуко гладке.

Текстурна кухня – це кухня, компоненти якої здатні змінити зовнішній вигляд практично будь-якого продукту, тим самим внівши незвичайність і провокаційність в кулінарію. Це абсолютно новий етап у розвитку кулінарної творчості та нові засоби для кухарського креативу та здивування гостей.

В текстурній кухні використовують сферифікаційні техніки. Сферифікаційна техніка була винайдена в 2003 році шеф-кухарем молекулярної гастрономії Ферраном Адріа і командою його ресторану «El Bulli» (Іспанія).

У перших експериментах для сферифікації використовували воду, яка була основним інгредієнтом, а також шприц для формування маленьких крапель з додаванням альгінату натрію. На початкових етапах досліджень утворення сфер не відбувалось, адже їх намагались виготовляти у ваннах з водою, але коли до води додали розчин хлористого кальцію, відбулося утворення невеликих кульок з рідиною всередині (тепер сфери невеликого діаметру називають «штучною ікрою»). Одразу після одержаних перших позитивних результатів науковці намагались зробити кульки за допомогою ложки замість шприца для отримання сфер більшого діаметру.

Сферичні пельмені, равіолі і мініравіолі: першими стравами були сфери з гомогенізованим пюре горошку всередині. Назвали страву пельменями, тому що відчуття у ротовій порожнині при споживанні нагадували смак пельменів. Наступним винаходом були пельмені з манго і малини, які поєднали з бульйоном і фаршированим перцем. Мініравіолі мають більш товсту мембрану,

яка зберігає свою ідеальну сферичну форму при подаванні, а при споживанні «вибухає» у ротовій порожнині.

Для того, щоб підготувати необхідну кількість ікри в короткий термін, створено пристрій з декількома шприцами, який може формувати ікринки одночасно. За словами Адріа, це був один з найбільш захоплюючих експериментів в «El Bulli» – і ікра стала їх фірмовою стравою. У 2003 році було створено трюфельні гранули з використанням цієї техніки та подальшим настоюванням їх у соку трюфелів впродовж доби з метою насиченням ароматом.

У 2004 році були створені пельменів із заморожених рідин, що здійснювалось за допомогою додавання кальцію до замороженого соку лимону, а подальше формування відбувалось у ваннах з альгінатом натрію.

У 2005 році проводили дослідження щодо удосконалення сферифікаційної техніки, щоб мати можливість працювати з продуктами, до складу яких вже входить кальцій. Сферифікація цього природного кальцію викликає згортання рідини всередині сфери, що, очевидно, є небажаним ефектом. Після декількох невдалих експериментів щодо покращення сферифікаційної техніки було винайдено зворотний метод сферифікації шляхом драглеутворення компонентів і вливанням продуктів, які уже містять кальцій, в альгінатову ванну. Це відкриття дозволило створити сфери з новими інгредієнтами, такими як: оливки і молочні продукти.

Сферифікаційна техніка полягає в утворенні сфер зануренням желеподібної рідини у відповідну (кальцієву або альгінатову) ванну. Сфери можуть бути різних розмірів і залежно від цього мають різні назви, такі як: ікра, яйця, галушки, равіоли тощо. Сфери мають тонку оболонку і наповнені рідиною. Невеликий тиск на оболонку сфери сприяє тому, що вона руйнується і «вивільняє смак» інгредієнтів. Сфери є гнучкими. Можна ввести тверді елементи до сфери, яка буде залишатися в рідкому стані, даючи можливість введення кількох смаків і текстур в одній страві.

Гелеутворення – це теж техніка, яка використовується в текстурній кухні. Для виготовлення гелю використовують агар-агар.

Вперше агар-агар отримали в Японії з водоростей роду «Eucheuma», його використовували в кулінарії. Для отримання речовини водорості промивали, заморожували та дозволяли їм відтанути. Німецький мікробіолог Вальтер Хессе був першим, хто використовував агар-агар як компонент живильного середовища для вирощування бактерій і написав про це у 1884. Ця ідея була подана йому його дружиною Фанні Ангеліною Хессе, яка використовувала агар-агар для виготовлення фруктових желе, навчена цьому сусідом-

голландцем, який іммігрував з Яви. У XIX столітті використання агар-агара в кулінарії вийшло межі Японії та Азії.

4.4 Сучасні техніки текстурної кухні. Особливості приготування страв шляхом сферифікації, емульсифікації, драглеутворення

Сферифікація – контрольований процес загущення рідини з утворенням сфер, який базується на реакції між хлоридом кальцію та альгінатом натрію. Прийом дає змогу досягти нових результатів в оригінальності подачі та поєднанні смаків. Метод дозволяє отримати сфери різної текстури і консистенції, наприклад, сферичну ікру, локшину, пельмені та ін. Сфери мають тонку оболонку з оригінальною рідиною всередині. За незначного зовнішнього тиску на сферу її мембрана руйнується – і відбувається дивовижний «вибух смаку» у ротовій порожнині споживача, що приводить до нових відчуттів у сприйнятті страви та оцінювання її за органолептичними властивостями. Сфери є гнучкими. Можна ввести тверді елементи до сфери, яка буде залишатися в рідкому стані, даючи можливість введення кількох смаків і текстур в одній страві.

Механізм сферифікації – основна сферифікація: до будь-якої рідкої маси (чай, сік, бульйон, молоко) додають текстуру «Algin», перемішують і невеликими порціями вливають в ємність, наповнену холодною водою з розчиненим у ній «Calcic». Така техніка сферифікації ідеально підходить для отримання сфер з дуже тонкою мембраною, яка майже не відчувається у ротовій порожнині. Це приводить до того, що сфера, яка легко «вибухає» у роті, неначе не має твердої речовини між мембраною і рідиною.

Основні проблеми методу:

- коли сфера видаляється з ванни з кальцієм, процес драглеутворення продовжується, навіть, після промивання сфери водою. Це означає, що сфери необхідно подавати відразу або вони перетворюються в компакту кульку гелю без рідини всередині;

- драглеутворення не відбувається, якщо рідини мають високу кислотність ($\text{pH} < 5$), але це можна виправити, додаючи цитрат натрію в рідину, таким чином знизити рівень кислотності для сферифікації процесу.

До рідин додають альгінат натрію у кількості 1/3 основного інгредієнту. Змішування здійснюють за допомогою блендери до повного розчинення перед введенням основного компоненту, та для вивільнення з основної маси бульбашок повітря розчин витримують за температури 4–6 °C впродовж 1 год. Для густих (пюреподібних) рідин перед введенням альгінату натрію до

основного інгредієнту додають воду для отримання потрібної консистенції. Паралельно розчиняють у воді хлористий кальцій (0,5 % відповідно) в одному посуді та готують посуд з чистою водою (яка використовується для промивання сфер від залишків кальцію). Мірною ложкою потрібного розміру (залежно від форми та розмірів страви) обережно вливають суміш у підготовану ванну з кальцієм майже у горизонтальному положенні з мінімальною відстанню між водою і мірною ложкою для створення ідеально круглих форм. Через 1–2 хв після отримання бажаної текстури сферу обережно видаляють за допомогою дрібного сита (шумівки) і промивають у посуді з чистою водою (не водопровідною).



Рисунок 4.3 – Сферифікація в молекулярній кухні

Одержання штучної ікри методом основної сферифікації. У подальшому розвитку молекулярної гастрономії було запропоновано використовувати основну сферифікацію з метою отримання «штучної ікри» (сфер дуже маленького діаметру). Виробники «ікри» створили пристрій, який об'єднує 96 піпеток між собою, а також поєднує їх з одним випускаючим шприцом, який за 1 с дозволяє виготовити 96 сфер (ікринок), а за 10 с – 960. Через 1–2 хв ікринки видаляють з кальцієвої ванни шумівкою і промивають у посуді з чистою водою. Це суттєво скорочує тривалість приготування, як ікри, так і страви в цілому. Механізм сферифікації – зворотна сферифікація: до будь-якої рідкої маси (чай, сік, бульйон, молоко) додають текстуру «Calcic», перемішують і невеликими порціями вливають в ємність, наповнену холодною водою з розчином у ній «Algin» (альгінатом натрію). Через 1–2 с утворюються сфери, які ззовні мають тоненьку плівку, а в середині залишаються рідкими. Їх промивають у кип'яченій охолодженій воді та подають. Різниця між сферами, приготовленими звичайною та зворотною сферифікаціями, в тому, що оболонки звичайних сфер з часом потовщуються, і

вся сфера може набути консистенції желе, а сфери після зворотної сферифікації в середині залишаються рідкими.

Наступним етапом наукових досліджень стало подовження терміну зберігання сфер включенням у техніку їхнього виготовлення етапу заморожування. Цей різновид методу отримав назву зворотна сферифікація з заморожуванням (або «холодна» зворотна сферифікація). Техніка дозволяє отримати сфери ідеальної форми та однакового розміру з подовженим терміном зберігання. Відрізняється від вищеописаної зворотної сферифікації лише включенням етапу заморожування сфер при -18°C (температура морозильної камери холодильника) у силіконовій формі у вигляді півкуль. Розчин харчового інгредієнту з кальцієвими солями спочатку заморожують, а потім занурюють у ванну з альгінатом натрію. Кальцій починає реагувати з альгінатом з утворенням тонкої мембрани лише під час розморожування сфери. Промивання чистою водою залишається обов'язковим етапом. З метою інтенсифікації процесу можна використати теплий розчин альгінату натрію – у такому випадку тривалість сферифікації становитиме від 2 до 5 хв. Єдине обмеження цього методу полягає у тому, що застосовують його тільки для харчових інгредієнтів у вигляді розчинів, які замерзають при температурі не вище -18°C і які можна обробляти при низьких температурах без незворотних змін у їхньому фізико-хімічному складі.

Для створення ідеальної за формою та розмірами сфери необхідно врахувати наступні особливості:

Вплив в'язкості. В'язкість основного інгредієнта впливає на вибір ванни та методу, який дозволить з легкістю створити сфери. Загальне правило полягає в тому, що легше створити сферу, якщо густина розчину з основним продуктом більше, ніж ванни, в якій формують сфери. В основній сферифікації додають більше альгінату натрію до основного інгредієнту, у зворотній – ксантанову камедь до основного інгредієнту, в деяких випадках зменшують кількість альгінату натрію у ванні.

Вплив води. Якщо вміст кальцію у водопровідній воді високий, розчин основного продукту загусне у ванні з альгінатом натрію при виконанні зворотної сферифікації, тому що кальцій викличе процес драглеутворення. Слід використовувати фільтровану або бутильовану питну воду замість водопровідної.

Вибір мірної ложки. Для страв, крім ікри, для якої використовують шприц, застосовують мірні ложки сферичної форми. Вони допомагають краще створити сферичні форми при вливанні основного інгредієнту у ванну.

Використання плоскодонного посуду. Це особливо важливо для зворотної сферифікації, тому що сфери, як правило, склеюються разом, якщо вони наближаються одна до одної. Цьому може сприяти дно посуду у вигляді кулі за умови створення кількох сфер одразу.

Вплив ванни. Якщо ванна повна, легше розташувати ложку майже горизонтально торкаючись рідини для легкого і гладкого вливання основного інгредієнту. В іншому випадку важко розташувати ложку горизонтально близько до поверхні рідини.

Вливання рідини. Не слід вливати основний інгредієнт високо над поверхнею ванни. Рідина на поверхні ванни буде вирівнювати сфери і робити їх плоскими. Також можливе розміщення мірної ложки у ванні і здійснювання введення рідини у ванну за допомогою шприца, це допоможе сформувати ідеальну сферу. Цей метод дозволяє створювати сфери швидше.

Занурення сфер. Після вливання у ванну сфери іноді вони піднімаються на поверхню. Для того, щоб вірно розташувати сферу, необхідно м'яко створити кілька хвиль у ванні навколо сфери за допомогою ложки так, щоб підготовлена вода потрапляла на поверхню сфери.

Коливання сфер у ванні. Якщо сфери торкаються дна, їх нижня частина буде менше контактувати з розчином у ванні, в результаті чого мембрана буде тоншою, а інша сторона сфери буде занадто щільною, що може призвести до руйнування.

Вплив чистоти посуду. Слід протирати мірні ложки після кожного використання, особливо, якщо ложку розташовують на дні ванни для вливання рідини. Шумівка повинна бути чиста після кожного занурення у ванну для виловлювання сфер.

Чистота ванни. Якщо куля розділяється у ванні, або є маленькі її частинки, які плавають навколо, розчин проціджують – і продовжують процес сферифікації з новою ванною, щоб уникнути прилипання частинок до сфери.

Гелеутворення – процес утворення гелів, що є драгледоподібними дисперсними системами, в яких дисперсна фаза утворює гратчасту порувану просторову структуру, заповнену рідким дисперсійним середовищем. Виникнення в об'ємі рідини такої просторової сітки зумовлюється:

- в колоїдних системах;
- зчепленням частинок дисперсної фази;
- в розчинах полімерів – хімічним зшиванням лінійних макромолекул, тривимірною полімеризацією або поліконденсацією.

Це надає гелям досить малої граничної напруги зсуву, механічних властивостей твердих тіл. Гелям притаманні пластичність і еластичність, а

також тиксотропні властивості. Вони утворюються при коагуляції та наступній коалесценції золів.

Текстура «Agar» – натуральний продукт переробки червоних водоростей («Gelidium» та родів «Gracilaria»), які ростуть у Білому морі, Тихому та Атлантичному океанах.

Властивості «Agar»: текстура «Agar» представлена очищеним порошком. Погано розчиняється в холодній воді, але набухає в ній, у гарячій воді утворює колоїдний розчин, який при охолодженні дає міцний гель, скловидний на злам. При нагріванні в присутності кислоти здатність до гелеутворення знижується. Гелі стабільні при рН більше 4,5 та є термозворотними. Готові гелі витримують температуру до 80 °C, а в кислому середовищі втрачають частину клейких властивостей.

Механізм гелеутворення: утворення подвійних спіралей та їх асоціації незалежно від вмісту катіонів, цукру або кислот.

Текстура «Gellan» – продукт бродіння бактерій «Sphingomonas elodea». Залежно від методу виробництва існує два типи «Gellan».

Властивості: «Gellan» представлений очищеним порошком, дає змогу отримувати стійкі гелі при температурах до 85 °C, витримує нагрівання готових гелів до 70 °C, втрачає клейкі властивості в концентрованих соляних розчинах.

Текстура «Kappa» – натуральний продукт, який виробляють із червоних морських водоростей (Chondrus та родів Eucheuma), що ростуть біля берегів Ірландії.

Властивості: текстура «Kappa» представлена очищеним порошком. Карра-карагенан зв'язує воду й утворює міцний гель у присутності іонів калію, водянні розчини карра-карагенану створюють міцні прозорі гелі. З'єднання компонентів відбувається при нагріванні та постійному перемішуванні. Гель утворюється упродовж 1–2 секунд, що дає змогу використовувати «Карра» для глазурування виробів.

Текстура «Iota» – натуральний продукт, який виробляють із червоних морських водоростей (Chondrus та родів Eucheuma), що видобувають у прибережних водах Південноатлантичного, Філіппінського та Індонезійського морів.

Властивості: текстура «Iota» представлена очищеним порошком, iota-карагенан створює гелі у присутності іонів кальцію, які утворюють зв'язки між окремими молекулами біполімеру з формуванням спіралі. Iota-карагенани утворюють еластичні прозорі гелі, не схильні до синерезису та стійкі в умовах заморожування і відтаювання. Створює м'який, пружний гель, який можна нагрівати до температури 80 °C і знову використовувати.

Емульгування – процес утворення дисперсних систем із рідким дисперсним середовищем і рідкою дисперсною фазою. Емульсіями називаються грубодисперсні системи, що складаються з двох взаємонерозчинних рідин, одна з яких рівномірно розподілена в другій у вигляді найдрібніших крапель, а розміри розпорошених частинок є більшими від характерних для колоїдів.

Текстура «Lecite» – натуральний продукт, виготовлений із нетрансгенної сої. Соевий лецитин – харчова добавка, яка має властивості поверхнево-активної речовини – емульгатора. Широко застосовується в харчовій промисловості при виготовленні шоколаду та шоколадної глазури, кондитерських, хлібобулочних і макаронних виробів, маргарину, майонезу тощо.

Властивості: текстура «Lecite» представлена очищеним порошком. Добре розчинна у водному середовищі, але втрачає емульгуючі властивості в масляному. Утворює та підтримує в однорідному стані як прямі, так і зворотні емульсії, що розповсюджує їх використання на всі види харчових емульсій: від майонезів і салатних соусів (прямі емульсії) до маргаринів різних за жирно-кислотним складом і вмістом жирової фази (зворотні емульсії).

Текстура «Metil» – продукт переробки рослинної целюлози.

Властивості: текстура «Metil» представлена очищеним порошком (метилцелюлоза). Розчиняється у воді, що характеризує її як поверхнево-активну речовину. Створює розчини заданої в'язкості, які змінюються при введенні коригувальних добавок: цукор, сіль, спирт, крохмаль. При нагріванні її до температури 40–60 °C відбувається безпосередньо процес гелеутворення. Утримує воду, утворює та стабілізує піни, емульсії, суспензії. Регулює фазовий склад, реологічні, осмотичні властивості харчових рецептурних систем.

Текстура «Sucro» – емульгатор, отриманий із сахарози

Властивості: текстура «Sucro» представлена очищеним порошком. Нерозчинний у жирі, але при високих температурах розчинність його підвищується у водних розчинах

Текстура «Glise» – продукт, отриманий із гліцерину та жирних кислот.

Властивості: текстура «Glise» представлена очищеним порошком. Стабільний емульгатор, нерозчинний у воді. Необхідно спочатку поєднувати з жирними інгредієнтами, а потім додавати до водного продукту. Суміш жиру та Glise у воді з'єднується повільно.

Загущення – це реологічна модифікація водно-дисперсних харчових систем із метою надання їм необхідної консистенції.

Текстура «Xantana» – продукт, отриманий бродінням кукурудзяного крохмалю, за своєю природою нагадує ксантанову камедь.

Властивості: текстура «Xantana» представлений очищеним порошком. Ксантан – гетерополісахарид із середньою молекулярною масою 2 500 000. Розчинний у холодній та гарячій рідині, не втрачає властивостей при нагріванні до 50 °С. Підвищує густину продукту – стійкий до хімічного та ферментативного впливу. Ксантани розчиняються у воді при кімнатній температурі, а також добре розчинні в гарячому та холодному молоці, розчинах солі, цукру. Ксантани сумісні практично з усіма компонентами харчових систем і надають їм текстури, які кваліфікуються як короткі, маслоподібні. Надає необхідних реологічних функцій водним системам.

4.5 Характеристика структуроутворювачів. Рекомендації щодо вибору структуроутворювачів

Альгінат натрію (текстура «Algin») – натуральний продукт (полісахарид), харчова добавка, отримана з бурих водоростей, які ростуть у холодних водних регіонах. Важко розчинний у холодній та гарячій воді з можливістю загущення і зв'язування. У присутності кальцію утворює гель за відсутністю тепла. Використовується у харчовій промисловості для збільшення в'язкості і як емульгатор, не має помітного смаку.

Альгінат натрію приймає участь у формуванні іонотропних гелів у присутності двовалентних і полівалентних катіонів. Основу процесу драглеутворення забезпечує кооперація, за рахунок якої відбувається асоціація та формування блоків гіаулуринової кислоти. Кальцію хлорид, кальцію сульфат, кальцію карбонат та інші солі, що містять катіони кальцію, використовують у цьому процесі. Самі альгінові кислоти в воді є нерозчинними, проте мають можливість її зв'язувати. Альгінати утворюються під час нейтралізації карбоксильних груп альгінової кислоти, вони розчинні в гарячій і холодній воді. Гелі альгінату натрію стійкі до дії низьких і високих температур, що позитивно вирізняє їх від гелів агар-агару, желатину, карагінану. Здатність альгінату натрію до драглеутворення під час взаємодії з іонами кальцію (Ca^{2+}) є основою для його широкого використання в технології структурованих харчових продуктів.

Хлорид кальцію (текстура «Calcic») – солі кальцію (хлорид кальцію) у вигляді гранул, які добре розчиняються у воді та абсорбують вологу. Хлорид кальцію використовують для ванн з кальцієм, що є основою сферифікації і використовуються, в основній сферифікації, тому що його солоність не впливає

на смак основних інгредієнтів. Хлорид кальцію CaCl_2 (кальцієва сіль соляної кислоти) традиційно використовують у харчовій промисловості (в якості харчової добавки E 509, яка вважається нешкідливою для організму людини), а також у таких цілях, як: поліпшувач травлення, підсилювач смаку та аромату, стабілізатор тощо. Хлорид кальцію дуже добре розчиняється у воді і повинен зберігатися у щільно закритій ємності.

Лактат кальцію глюконат підходить для збільшення вмісту кальцію у харчових інгредієнтах у зворотній сферифікації. Основні інгредієнти, послідовність і смак не змінюються шляхом додавання глюконату кальцію лактату тому, що він не має помітного смаку і розчиняється в холодній рідині без зміни її густини. Є універсальним, оскільки його можна використовувати для рідин з високою кислотністю, спирту або жиру. Щоб уникнути труднощів при розчиненні, додають лактат кальцію глюконат до будь-якого іншого порошкоподібного продукту. Лактат кальцію використовують для збільшення вмісту кальцію в основних інгредієнтах у зворотній сферифікації. Надає менше гіркоти, ніж хлорид кальцію при додаванні до основних інгредієнтів. Розчиняється в жирі, традиційно його використовують в їжі в якості порошку для випічки і вироблення витриманих сирів. Часто додають до продуктів, які містять цукор, щоб запобігти руйнуванню зубів і в свіжі фрукти для подовження терміну їх зберігання.

Цитрат натрію – *натрієва сіль лимонної кислоти* – $\text{Na}_3\text{C}_6\text{H}_5\text{O}_7$ – може бути використаний для зниження кислотності основних інгредієнтів при реалізації методу основної сферифікації. Основний процес сферифікації не працює, якщо основний інгредієнт є занадто кислотним ($\text{pH} < 5$). Цитрат натрію має кислий, а також солоний смак (кислувато-солоний), так що використовують його помірно, при додаванні до основних інгредієнтів не змінює свій смак занадто сильно.

4.6 Основні переваги та недоліки текстурної кухні

Переваги зворотної сферифікації:

- завчасне приготування сфер та можливості надати сферам додаткового аромату (наприклад, занурення в ароматизовані олії);
- процес драглеутворення відбувається на поверхні сфери, тому альгінат натрію не може проникнути всередину;
- напівпрозорий шар гелю утворюється навколо основного інгредієнту;

– смак основного інгредієнту не змінюються, так як глюконат і лактат кальцію не мають вираженого смаку і розчиняються в рідині, не змінюючи її густину;

– сфери мають товщу оболонку і триваліший термін зберігання, оскільки процес драглеутворення може бути зупинений, коли сфера видаляється з альгінат-натрієвої ванни і промивається водою.

Недоліки зворотної сферифікації:

– сфери мають товсті мембрани (крім неповторних органолептичних характеристик самої страви, відчувається тверда оболонка навколо сфери);

– ванну з альгінатом натрію (0,5 %) потрібно витримувати за температури 4–6 °С впродовж 12–24 годин, перш ніж використовувати для зворотної сферифікації, щоб видалити бульбашки повітря, створені в процесі розчинення альгінату натрію за допомогою блендеру. Паралельно додають глюконат і лактат кальцію у кількості 1/3 від кількості основного інгредієнту.

4.7 Історичні аспекти розвитку та формування молекулярної гастрономії

Молекулярна кухня або молекулярна гастрономія – напрям досліджень, який вивчає і практично використовує фізикохімічні перетворення інгредієнтів, що відбуваються під час приготування страв, а також соціальні, художні та технічні складові кулінарних і гастрономічних явищ як в цілому, так і з наукової точки зору.

Молекулярні технології – сукупність інноваційних методів, використання яких в технологіях дозволяє змінювати консистенцію та форму продукту.

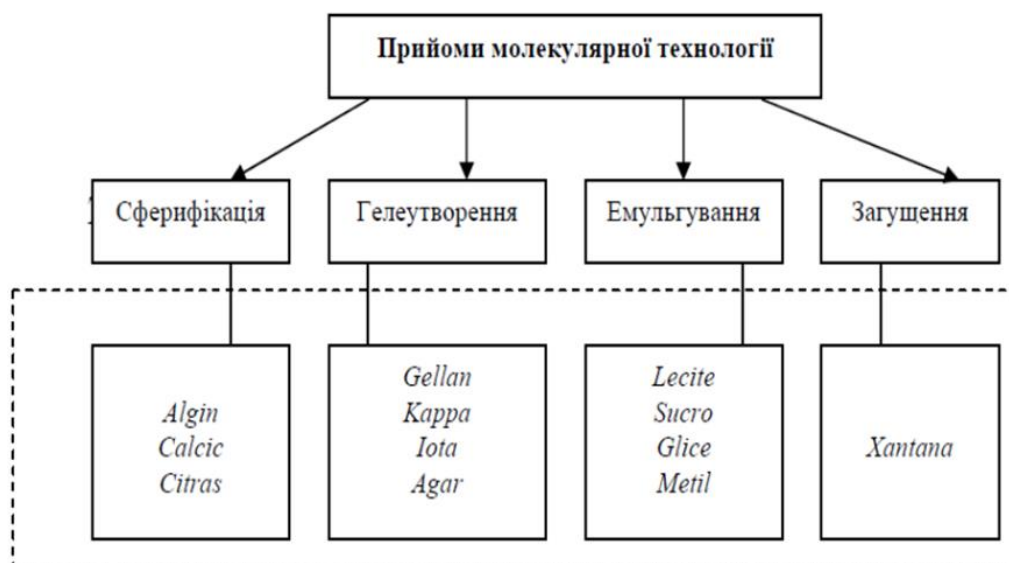
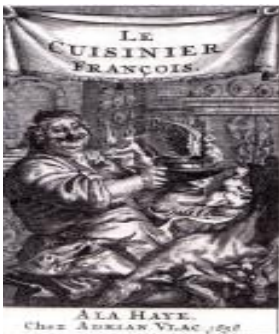
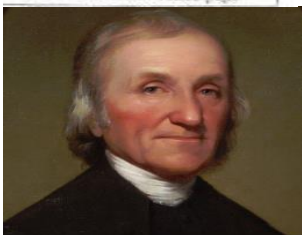


Рисунок 4.4 – Прийоми молекулярної кухні



Франсуа Пьер де ла Варенн, (французький кулінар, 1651), описував у своїх рецептах незвичні способи приготування страв, був засновником великої французької кухні, соусу Бешамель, мільфею. Марі-Антуан Карем (1784–1833) – один з творців високої кухні, створював нові види кондитерських виробів з тіста, мигдалю, меду – нуга, безе, еклери.



Джозеф Пристлі (1733 – 1804) – винахідник, видатний хімік, який відкрив фотосинтез, довів, що під час фотосинтезу рослини поглинають вуглекислий газ і виробляють кисень, вперше розробив справжні газовані напої.



Ніколас Курті (1908–1998 гг.) – професор фізики Оксфордського університету, один з розробників атомної бомби і пристрастний кулінар. Вийшовши на пенсію в середині 70-х рр., зайнявся систематизацією даних про фізичні та хімічні процеси приготування їжі. Н.Курті першим почав демонструвати екстравагантні способи використання наукових законів на кухні: підсмажив сосиски, приєднавши їх до клем автомобільного акумулятора. 1969 р. – перша лекція «Фізик на кухні» Курті виявив, що ананасовий сік, введений у м'ясо перед запіканням, робить страву ніжнішою, і дав цьому наукове пояснення: – сік перетворює білки колагенових волокон у молекули желатину, вони затримують рідину і змінюють структуру м'яса. Ніколас Курті був прихильником низькотемпературних режимів приготування їжі 1988 р. Н. Курті та Ерве Тіс (франц. хімік) ввели новий термін «молекулярна та фізична гастрономія».



Ерве Тіс (франц. хімік) Основні праці: «Молекулярна кулінарія: досліджуючи науку про аромати», «Кухонные Тайны: Раскрытие Науки о Кулинарии», «Кулинария: Полезное Искусство», «Строительство Еды: От Молекулярной Кулинарии до Кулинарного Конструктивизма».

Ніколас Курті та Ерве Тіс разом опублікували праці: «Хімічні реакції в кулінарії»; «Теплова проводимість, конвекція та передача»; «Фізичні аспекти взаємодії їжі та рідини»; «Взаємодія рідини та продуктів при низьких

температурах», «Проблеми розчинності, дисперсія, відношення структури та аромату», «Стабільність аромату».

Ерве Тіс використав термін «молекулярна гастрономія» та став першим доктором молекулярної гастрономії. «Молекулярна гастрономія» – напрям досліджень, пов'язаний з вивченням фізико-хімічних процесів, які відбуваються при приготуванні їжі.

1999 рік – Хестон Блюменталь приготував у ресторані «The Fat Duck» першу «молекулярну страву» – мус із ікри та білого шоколаду.

З 2001 року – Ферран Адрія (Іспанія), Хестон Блюменталь (Великобританія), Мішель Брас (Франція), П'єр Ганьєр (Франція), Анатолій Комм (Росія), Мурад Мазуз (Великобританія) почали досліджувати новий напрям науки.

У 2005 році в Реймсі (Франція) відкрито Інститут смаку, гастрономії і кулінарного мистецтва, в якому почали вивчати молекулярні технології. У напрямку молекулярної гастрономії працюють найкращі ресторани:

- «El Bulli» – Іспанія, шеф-кухар – Ферран Адрія;
- «The Fat Duck» – Великобританія, шеф-кухар – Хестон Блюменталь;
- «Pierre Gagnaire» – Франція, шеф-кухар – П'єр Ганьєр;
- «The French Laundry», Per Se – США, шеф-кухар – Томас Келлер;
- «Mugaritz» – Іспанія, шеф-кухар – Антоні Луїс Адуріс;
- «Arzak» – Іспанія, шеф-кухар – Хуан Марі Арзак;
- «Martin Berasategui» – Іспанія, шеф-кухар – Мартін Берасатеґі.

4.8 Основні напрями, завдання та принципи молекулярних технологій

Молекулярні технології – сукупність інноваційних методів, використання яких в технологіях ресторанної продукції дозволяє змінювати консистенцію та форму продукту.

Основні завдання:

1. Розробка абсолютно нових за зовнішнім виглядом кулінарних страв і виробів зі зниженою масою, енергетичною цінністю та змодельованим хімічним складом спрямованої функціональної дії. Зниження енергетичної цінності досягається шляхом насичення та утримання в структурі продукту повітря та вологи, що стає можливим за допомогою спеціальних молекулярних технологій та використання продуктів переробки водоростей.

2. Вивчення фізико-хімічних процесів, що відбуваються при приготуванні страв з метою вибору оптимальних параметрів (температура, тривалість) для покращення якості традиційних страв та створення нових продуктів.

3. Застосування інноваційних методів обробки продуктів: холодильні установки шокового заморожування миттєво до -260°C , млини, що подрібнюють продукти до молекулярних складових та ін).

4. Застосування нетрадиційних методів для отримання традиційних продуктів (коагуляція білку яєць не традиційним варінням, а інкубацією у спирті)

5. Впровадження нових інструментів, компонентів і методів на кухні.

6. Змінення консистенції та форми продуктів, надання традиційному продукту незвичного смаку (желе зі смаком маринованих огірків та редису, сироп із крабів).

7. Вивчення та застосування впливу на смакові відчуття різних екстерорецепторів (звукових та тактильних імпульсів).

8. Дослідження незвичних сполучень компонентів (білий шоколад із рибною ікрою, сир Пармезан із медом) та комбінування смаків з використанням інноваційних принципів.

Основний принцип молекулярної кухні – презентація смакових властивостей продуктів у нестандартному для них вигляді: піни, сферифікованої рідини, желе, емульсій.

Основні риси молекулярної технології: незвичайні способи подачі ароматизованих інгредієнтів; креативність поєднання харчових продуктів: гостре морозиво, сардини на тості із фруктового морозива.

Основні прийоми молекулярної технології

Емульсифікація. Пінки та Еспума – технологія приготування страви та подавання її у вигляді пінки. Для створення емульсії використовують природний білковий продукт – соєвий лецитин, однією з властивостей якого є здатність з'єднувати жири і воду, що допомагає у приготуванні коктейлів, до складу яких входять заздалегідь несумісні продукти, наприклад, оливкова олія і томатний сік. *Еспума* – пінка (від іспан. «espumas» – «піна») – це складним способом отримана ароматна есенція, смак у чистому вигляді. Сучасні еспуми – це соуси нового типу, що не містять жирів, щільності.



Рисунок 4.5 – Емульсифікація

Основні види пінки:

- меренга – це висушена піна, яка готується зі свіжого яєчного білка або порошку яєчного білка в духовці при низькій температурі. Цей вид піни використовується в кондитерських виробках;

- щільні, тверді піни. З цих пін складаються кекси, хліб і багато інших виробів. За допомогою діоксиду вуглецю утворюється піна. Можна зробити таку піну-губку за допомогою сифона;

- муси – цей вид пін робиться з рідини, але ця рідина желюється, дозволяючи подавати страву при потрібній температурі. Для цього використовують желатин, агар, каррагінан;

- густі піни – це такі піни, які не містять желюючих агентів. Робляться з вершків в сифоні;

- легкі піни – це піни, які є щільними, стійкими, але робляться тільки за допомогою желатину. Достатньо нагріти порошкоподібний желатин разом з необхідною рідиною до повного розчинення, залити рідиною кремер, охолодити 2 години в холодильнику і подати піну. Кремер – сифон для збивання та отримання пінки;

- еспума – цей вид піни був розроблений щоб майже повністю позбавитися від текстури і зробити соус неймовірно повітряним і легким. У рідину необхідно додати соєвий лецитин (3 % від загального обсягу) і збити блендером.

Малинова піна. Піна приготовлена з малини – чудове доповнення до гарячих десертів, млинців або шоколадному фондану. Завдяки присутності агару, кулінарна піна набуває термостійкості і витримує досить високі температури. Так само не виключайте можливості прикраси нею тортів.

Складники: текстура «Агар», малина (500 г), молоко (250 г), вершки (125г), газ N₂O.



Рисунок 4.6 – Різновиди пін

Технологія прготування піни:

1. Отримати пюре з малини і нагріти її до кипіння.
2. Процідити пюре від насіння. взяти 220 гр.
3. Блендером поступово змішати пюре з молоком, додати «Агар».

4. Довести до кипіння і поступово ввести вершки.

5. Відставити в холодильник на 1 годину до застигання. Знову збити блендером.

6. Наповнити вмістом сифон. Зарядити сифон газом.

7. Збовтувати протягом 8 секунд.

Кавова піна «Еспресо». Складники: охолоджене еспресо (325 г), вершки 36 % (125 г), цукор (75 г), желатин (4 г).

Технологія приготування кавової піни:

1. Замочіть желатин в холодній воді.

2. Нагрійте 100 мл еспресо до 60 °С.

3. Додайте цукор і желатин, перемішуючи розчиніть.

4. Додайте еспресо, що залишилося, і відставте для охолодження.

5. Додайте вершки, перемішайте.

6. Перелийте в 0,5 л сифон, заправте газом N₂O.

7. Інтенсивно струсіть і поставте в холодне місце на кілька годин, перед використанням.



Рисунок 4.7 – Желювання (малинова піна та кавова піна «Еспресо»)

Желювання – метод, який дозволяє утворювати з рідини драгли різної текстури у діапазоні від м'яких, еластичних до твердих. Для цього використовують такі драглеутворювачі:

- агар-агар, добре желеє рідину, що страви можна нагрівати і подавати гарячими;
- альгінат натрію;
- геллан, отримують в результаті ферментації бактерії «*Sphingomonas elodea*», дозволяє отримувати тверді прозорі драгли;
- карагінан каппа, отримують з червоних водоростей («*Chondrus*» і «*Eucheuma*»), дозволяє отримувати драгли з твердою та крихкою структурою;
- метилцелюлоза, модифікований полісахарид, що отримують з овочів;
- желатин.

а



б



в



г



Рисунок 4.8 – Желювання: а – бурякові коннелони з малиновим сорбетом; б – морозиво з чизкейку з желе; в – апельсинові спагетті; г – ікра з тархуну

Застосування желювання:

- капсулювання продуктів;
- отримання плівок та їстівної обгортки;
- утворення сорбетів, желе;

- глазурування;
- освітлення соків;
- обволікання продуктів, створювання капсули;
- утворення жельованих спагеті.

Обробка продуктів рідким азотом

Рідкий азот це зріджений під великим тиском газ, який має температуру кипіння -195°C . При переході з рідкого стану в газоподібний азот розширюється в 700 раз (1гр рідкого азоту – 700 гр газу), з цих причин рідкий азот зберігається в спеціальних термосах – судини Дьюара.



Рисунок 4.9 – Виготовлення рідкого азоту

Переваги застосування рідкого азоту. Охолодження рідким азотом – це один з методів, що використовується для заморожування продуктів. При заморожуванні продуктів в морозильній камері, вода в них знаходить форму кристалів льоду. Кристали льоду ушкоджують клітинні мембрани продуктом. Як результат, текстура, смак і поживні властивості продуктів змінюються. При використанні рідкого азоту, охолодження відбувається набагато швидше. В цьому випадку утворюються значно менші кристали льоду, що зберігає цілісність продуктів.



Рисунок 4.10 – Використання рідкого азоту при презентації страви

Застосування рідкого азоту:

- сорбети та морозиво;
- нітроболи;
- капсулювання мусів.

Сферифікація (утворення рідких сфер)

Сферифікація – контрольований процес загущення рідини з утворенням сфер, який базується на реакції між хлоридом кальцію та альгінатом натрію. Прийом дає змогу досягти нових результатів в оригінальності подачі та поєднанні смаків. У ресторанному господарстві сферифікація як метод молекулярної гастрономії вперше була використана у 2003 році відомим шеф-кухарем Ферраном Адріа і командою його ресторану «El Bulli» (Іспанія).



Рисунок 4.11 – Сферифікація

Карбонізація або збагачення вуглекислим газом (газування)

Карбонізація або збагачення вуглекислотою (газування) – полягає в насиченні продукту (напою) вуглекислим газом (CO_2). Карбонізація проводиться в сифоні – прилад для газування. У посудину з продуктом (напоєм) накачують під тиском вуглекислий газ, який частково розчиняється в продукті – газує його. Газ, що не розчинився у напої, створює в посудині надлишковий (в порівнянні з атмосферним) тиск, прагнучи витіснити рідину з посудини. Важливим фактором карбонізації є температура – чим нижче температура, тим швидше вуглекислота розчиняється у рідині, тим менш рідина відпускає бульбашки газу. Напій стає смачнішим, і процес піноутворення поліпшується.

Технологія карбонізації:

1. Охолодити фрукти якомога сильніше але не заморожувати.
2. Змочити фрукти і покласти їх в сифон. (Розмір шматочків або фруктів повинен відповідати шийки сифона або менше.)
3. За бажанням можна додати рідину. (Наприклад, додавши виноградний сік до яблук ми отримаємо газовані яблука з присмаком винограду).

4. Заправити сифон трьома балонами CO₂.

5. Помістити сифон в холодильник. Газування тривати для кожного фрукта різний час, в залежності від його щільності, вологості і розміру. Наприклад, виноград буде готовий через 3 години, очищеним апельсиновим сегментам потрібно ніч.

6. Подавайте фрукти на льоду, це дозволить газу утримуватися довше.

Обладнання для карбонізації. Сифон – прилад для газування води, соків та інших напоїв. Являє собою посудину з кришкою, що герметично закривається. У посудину наливають напій і накачують під тиском вуглекислий газ, який частково розчиняється в напої – газує його. Газ, що не розчиняється, створює в посудині надлишковий (в порівнянні з атмосферним) тиск, прагнучи витіснити рідину з посудини. При натиску на важіль, що відкриває кран сифона, напій через зливний патрубок виливається у склянку. Випускають сифони зі скляними і металевими судинами сферичної, циліндричної, краплевидної і іншої форми. Скляні судини виготовляють з товстими міцними стінками і для більшої безпеки покривають металевою сіткою.



Рисунок 4.12 – Варіанти використання сифона для карбонізації

Поширення набули автосифони, які заправляють в домашніх умовах газом з мініатюрних балончиків ємністю 10 см³. Газ в балончиках міститься в зрідженому стані; горловина балончика герметично закупорена алюмінієвої пробкою. Для заправки автосифону газом балончик треба зміцнити на кришці посудини за допомогою спеціального пристосування у вигляді пенала і проколоти його пробку сталевією трубочкою-голкою, через яку газ з балончика надходить в посудину. У такому положенні балончик залишається до тих пір,

поки вся газована рідина не буде обрана з посудини. Використані балончики можна обміняти на знову заряджені в спеціальних магазинах

4.9 Нові компоненти, інструменти, обладнання та апарати, методи на молекулярній кухні

Ваги молекулярні. Призначені для максимально точного виміру молекулярних текстур. Діапазон зважування від 0,01 до 200 гр.



Рисунок 4. 13 – Ваги молекулярні

РН-метр. Призначений для вимірювання рівня рН. (Водневий показник, рН – міра активності іонів водню в розчині, і кислотність, що кількісно виражає його).



Рисунок 4. 14 – РН-метр

Блендер. Призначений для інтенсивного перемішування сумішей, подрібнення продуктів та піноутворення.



Рисунок 4. 15 – Блендер

Напівсферичні ложки. Застосовуються для дозування обсягів текстур та формування сфер при капсулізації. 1 TBS – 15 мл – 1 столова ложка, 1 TSP – 5 мл – 1 чайна ложка, 1/2 TSP – 2,5 мл – 1/2 чайної ложки, 1/4 TSP – 1,25 мл – 1/4 чайної ложки.



Рисунок 4. 16 – Напівсферичні ложки

Силіконова напівсферична форма. Розмір осередку: діаметр – 3 см, висота – 1,5 см. Призначена для формування та заморожування форм зворотної сферифікації, для надання сферичної або напівсферичної форми для льоду, шоколаду, паштетів та сумішей з агар-агар.



Рисунок 4. 17 – Силіконова напівсферична форма

Шприц для молекулярної кухні. Об'єм 50 мл. Застосовується для реалізації сферичної ікри та для виготовлення желейних спагетті.



Рисунок 4. 18 – Шприц для молекулярної кухні

Мультипіпетки. Об'єм 100 мл, 96 отворів. Застосовується для реалізації сферичної ікри у великих обсягах.



Рисунок 4.19 – Мультипіпетки

**ТЕМА 5 ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМИ РОЗРОБКИ СТРАВ,
ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ««SOUS VIDE»», «COOK & SERVE»,
«COOK & HOLD», ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ «LONG LIFE FRESH
FOOD» (LLFF) ТА «EXTENDED SHELF LIFE» (ESL), «ЛЬОДОМІКСИНГ»
(«ПАКОДЖЕТИНГ»), «THERMOMIX»**

План

5.1 Основні етапи розвитку «Sous Vide» технології. Суть «Sous Vide» технології.

5.2 Харчові продукти з використанням «Sous Vide» технології. Основні етапи приготування за «Sous Vide» технологією.

5.3 Основні переваги та недоліки низькотемпературного кулінарного оброблення у вакуумі.

5.4 Подовження терміну придатності напівфабрикатів. Рекомендації щодо температурного режиму та тривалості приготування для різних харчових продуктів. «Sous Vide» технологія з точки зору безпеки для здоров'я споживачів.

5.5 Система технологій приготування і подавання «Cook & Serve».

5.6 Технологія приготування і зберігання страв «Cook & Hold».

5.7 Система технологій приготування і охолодження страв та напівфабрикатів «Cook & Chill».

5.8 Технологія заморожування готових страв «Cook & Freeze».

5.9 Технологія масового виготовлення кулінарної продукції «CapKold».

5.10 Система технологій збереження свіжості продукції на більш за тривалі терміни «Long Life Fresh Food» (LLFF) та «Extended Shelf Life» (ESL).

5.11 Технології «льодоміксинг» («пакоджетинг»)

5.12 Технології «Thermomix»

Джерела:

1. Розробка напівфабрикатів високого ступеня готовності з використанням вакуумного пакування під час теплового оброблення / Т. В. Бреславець, С. Л. Юрченко, М. Б. Колеснікова // Обладнання та технології харчових виробництв. – 2012. – Вип. 28. – С. 181–187.

2. Ростовський В. С. Барна справа : підручний / В. С. Ростовський, С. М. Шамаян. – Київ : ЦУЛ, 2009. – 398 с.

3. Пересічний М. І. Харчування людини і сучасне довкілля : теорія і практика : монографія / М. І. Пересічний. – Київ : КНТЕУ, 2003. – 526 с.

4. Keller T. Under Pressure: Cooking Sous Vide / T. Keller. – NY: Artisan, 2008. – 295 p.

5.1 Основні етапи розвитку «Sous Vide» технології. Суть «Sous Vide» технології

«Sous Vide» (від франц. «Sous Vide» – «у вакуумі») – технологія, що описує спосіб приготування харчових продуктів у вакуумній, герметично запечатаній пластиковій упаковці, з дотриманням точно встановлених температурних режимів. Вакуумування напівфабрикату попереджує випаровування води та летких ароматичних речовин, що дозволяє отримати з нього страву соковитої консистенції з покращеними ароматичними властивостями, а також підвищити поживну цінність та подовжити термін зберігання, уникаючи ризику повторного забруднення в процесі зберігання.



Рисунок 5.1 – Використання технології «Sous Vide»

Історія зародження технології. Цей метод приготування їжі був розроблений і застосований у 1974 р шеф-кухарем Джорджем Пралюсом (Georges Pralus), який працював у всесвітньо відомому ресторані Troisgros (Роан, Франція). Спочатку цей метод був придуманий для того, щоб мінімізувати ступінь уварювання дорогого паштету з гусячої печінки фуа-гра, а також для того, щоб надавати цьому делікатесу ще більш ніжний смак. Згодом шеф-кухар Бруно Гуссолт (Bruno Goussault) застосував цей метод для приготування вишуканих страв для пасажирів першого класу авіалайнерів французької компанії Air France. За останні два десятиліття метод приготування їжі «Sous Vide» викликав хвилю кулінарних винаходів і став секретом успіху багатьох визнань майстрів кулінарного мистецтва в найкращих ресторанах світу.



а



б



в

Рисунок 5.2 – Обладнання для «Sous Vide»: а – вакуумне упаковання; б – термостат; в – професійна ванна

5.2 Харчові продукти з використанням «Sous Vide» технології. Основні етапи приготування за «Sous Vide» технологією

Метод приготування продуктів харчування «Sous Vide» заснований на унікальній можливості води рівномірно передавати тепло їжі, упакованої в вакуумний пакет. Для того щоб приготувати страви на традиційній печі, в духовці або ж на розігрітій металевій решітці температура повинна бути значно вище, ніж температура, яка оптимально підходить для приготування, і через це час приготування їжі стає вирішальним фактором. При використанні методу «Sous Vide», вода переносить тепло до продуктів і через продукти, що знаходяться в вакуумі в 10 разів ефективніше, ніж це робить повітря, відповідно продукти піддаються м'якій обробці і готуються саме за тієї температури, яка необхідна. В їжі присутні деякі корисні, але теплорозрушувальні компоненти (тобто чутливі до тепла) як, наприклад, вітаміни і деякі протеїни. Вакуумування продуктів в полімерних пакетах значно сприяє збереженню всіх корисних властивостей продукту. При вакуумуванні з упаковки видаляється кисень, який може спричинити реакції окислення (зміни в структурі молекул) або денатурацію (втрату біологічної цінності білків) багатьох компонентів харчового продукту. Отже, приготування у вакуумі дозволяє підтримувати багато мікроелементів продукту в незмінному стані як в харчовому значенні

(вітаміни, білки, вуглеводи і жири), так і в органолептичному (смак і аромат). Вакуумний метод оберігає їжу від органолептичних змін, які можуть статися при традиційній тепловій обробці, і під впливом високих температур, які впливають, перш за все, на колір, запах, смак, масу. Крім того, дана практика передбачає більш узгодженим готування і велику гігієнічну безпеку протягом процесу зберігання продукту. Приготування в вакуумі може бути застосовано до свіжих продуктів і до напівфабрикатів, які кладуть в упаковку та в процесі приготування страви запобігає втраті вологи і соків продукту, летких речовин.



Рисунок 5.3 – Упакування у вакуум для «Sous Vide»

Етапи підготовки сировини за технологією «SousVide»:

1. Харчові інгредієнти проходять механічне кулінарне оброблення. Деякі м'ясні продукти підсмажують на грилі, перш ніж упаковувати у вакуумну упаковку, завдяки приготуванню в якій харчові продукти набувають більш вираженого смаку з мінімальним використанням спецій.

2. Підготовлений харчовий продукт кладуть у пакет для вакуумного приготування. За допомогою вакуумного пристрою видаляють повітря і запаюють пакет.

3. Продукт у вакуумній упаковці нагрівають впродовж встановленого часу і при заданій температурі. У спеціальній водяній бані підтримується стала температура варіння, чим нижче задана температура, тим триваліший процес приготування. Контроль за температурою здійснюють за допомогою електронного термометра.

4. Готовий харчовий продукт піддають «шоковому» охолодженню в шокфрізерах (апаратах швидкого охолодження). Визначена послідовність важлива з таких причин: – для контролю тривалості приготування; – для попередження розмноження бактерій. Рекомендована температура харчового продукту після охолодження знаходиться у межах від 0 °С до 3 °С.

5. Маркування пакету, на якому зазначають:

- вміст упаковки;
- дату виготовлення;
- термін придатності;
- вагу;
- інформацію щодо регенерації/відновлення (тривалість і температура);
- температуру зберігання харчового продукту.

6. Умови зберігання. З метою забезпечення якості і тривалого терміну придатності харчові продукти слід зберігати за температури 0–2 °С. У випадку використання особливих багатошарових мішків для вакуумування, зберігають продукти за температури –18 °С (у морозильних камерах).

7. Розігрів (регенерація) харчових продуктів. Найбільш поширений спосіб розігріву продуктів – це в пароконвектоматі, за температури нижчої тієї, за якої було здійснено процес варіння.

Sous Vide технології

Традиційні технології

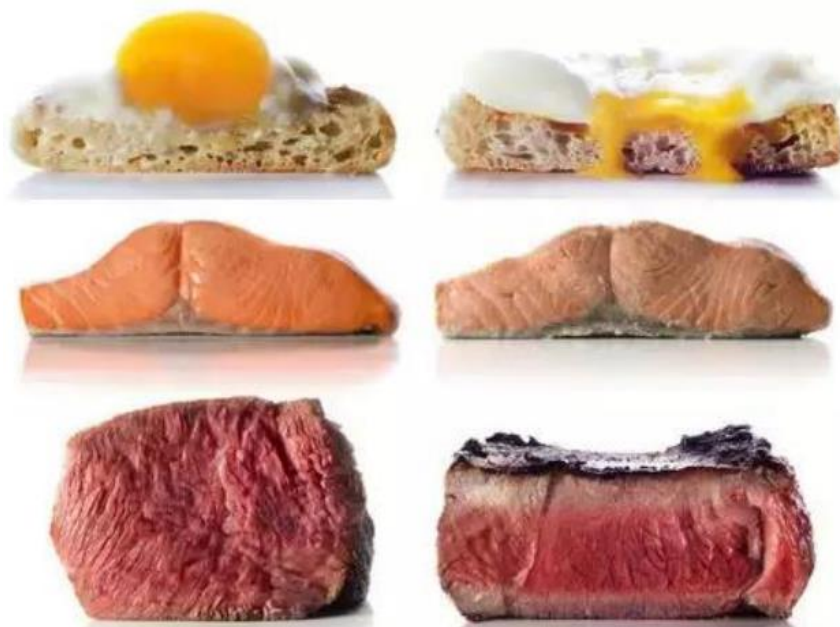


Рисунок 5.4 – Порівняння приготування за технологією «Sous Vide» та традиційною

Таблиця 5.1 – Час приготування продукції в технологією «SousVide»

Тип продукту	Ступінь	Температура,	Час	Час
--------------	---------	--------------	-----	-----

	приготовленої продукції	°C	(мінімальний)	(максимальний)
Курка (світле м'ясо)	дуже ніжне м'ясо	60	1 год	3 год
	м'яке та ніжне	65	1 год	3 год
	well done	75	1 год	3 год
Курка (темне м'ясо)	м'яке та ніжне	65	1 год	3 год
	м'яке м'ясо, легко відділяється від кості	75	1 год	5 год
Риба	ніжне, полупрозо́ре м'ясо	40-43	30 хв	30 хв
	ніжне м'ясо	51	30 хв	1 год
	традиційний well done	55	30 хв	1 год 30 хв
Телятина (стейк)	medium rare	54	1 год 30 хв	3 год
	medium	60	1 год 30 хв	3 год
	medium well	63	1 год 30 хв	3 год
Телятина (roast beef)	rare	56	7 год	16 год
	medium rare	60	6 год	14 год
	well done	70	5 год	11 год
Жорсткий відруб м'яса	rare	55	24 год	48 год
	medium rare	65	24 год	24 год
	well done	85	8 год	16 год
Свинина (відбивна від кістки)	rare	58	1 год	4 год
	medium rare	62	1 год	4 год
	well done	70	1 год	4 год
Свинина (корейка)	rare	58	3 год	5 год 1 год
	medium rare	62	3 год	5 год
	well done	70	3 год	3 год 30 хв
Яйця	м'який жовток, ледве зварений білок	60	1 год	1 год
	кремовий жовток, непрозорий ніжний білок	63	45 хв	1 год 5 хв
Сосиски	дуже сочні та м'які	60	45 хв	4 год
	сочні та м'які	66	45 хв	4 год
	традиційні	71	45 хв	4 год
Зелені овочі (спаржа, брокколі)		84	15 хв	40 хвилин
Коренеплоди		84	1 год	3 год
Фрукти	прогріті, теплі	68	1 год 45 хв	2 год 30 хв
	приготовлені до стану пюре	85	30 хв	1 год 30 хв

Температурні особливості. Щоб отримати ідеальне блюдо, необхідно правильно підібрати температуру:

- яловичина – від 49 °C (з кров'ю) до 65 °C (для гарної готовності);
- яйця всмятку – 64 °C; яйця круто – 75 °C;

- біле м'ясо птиці – від 60 до 71 °С; темне м'ясо птиці – 80 °С;
- риба – від 47 до 60 °С залежно від ступеня готовності;
- овочі – 85 °С;
- заварний крем – 76,5 °С;
- молюски – від 56 до 60 °С.

Час також може варіюватися. Ніжні і м'які молюски будуть готові до подачі на стіл швидше яловичини. Вага не має значення, головне – товщина сировини і кінцевий варіант подачі.

5.3 Основні переваги та недоліки низькотемпературного кулінарного оброблення у вакуумі

Переваги «Sous Vide» технології:

- харчовий продукт зберігає аромат та соковитість;
- спостерігається зменшення втрати ваги на 15–35 %;
- за «Sous Vide» технології готування страв здійснюють без додавання консервантів, стабілізаторів, загусників. Є ймовірність забезпечення дієтичного харчування, за рахунок зниження кількості солі, насичених жирів тощо;
- економія електроенергії на 20–28 %;
- харчовий продукт не усихає та не зневоднюється;
- окислення ліпідів у харчовому продукті не відбувається;
- отриманий напівфабрикат має подовжений термін придатності (до 20 днів). Термін придатності, за приготування з «Sous Vide» технологією, для різних харчових продуктів: риба – 4–6 діб; яловичина – 25–30 діб; телятина – 25–30 діб; свинина – 15–18 діб; м'ясо птиці – 10–18 діб; овочі – до 45 діб;
- процеси приготування і споживання можуть бути розділені в часі (приготування / регенерація);
- можливе одночасне приготування різних страв у різних вакуумних пакетах на одній водяній бані;
- можливе нівелювання навантаження на персонал між періодами напруженої роботи і спаду активності;
- вироблення безвідходного меню (регенерують тільки той обсяг страв, на який отримано замовлення);
- можна використовувати дешеву м'ясну сировину, жорсткі шматочки м'яса, оскільки в процесі приготування вони стають м'якими.

Чи може призводити до шкідливого впливу на організм людини довготривале нагрівання пластику, в який упакована страва, приготована за

«Sous Vide» технологією? Сучасний харчовий пластик можна нагрівати до значно вищих температур, без виділення шкідливих речовин. Для цієї технології застосовується спеціальні термостійкі види пластику. Найголовнішим є правильний вибір виробника пакувального матеріалу та дотримання умов маркування.

Чи гарантує низький температурний нагрів харчового продукту знищення небезпечних мікроорганізмів у м'ясі та рибі? Бактерії починають гинути за температури 55 °C, а температура в межах 73–75 °C знищує їх дуже швидко. Бактерія *Salmonella* виживають в інтервалі температур від 4,5 °C до 55 °C, що позначається як зона ризику.

5.4 Подовження терміну придатності напівфабрикатів. Рекомендації щодо температурного режиму та тривалості приготування для різних харчових продуктів. «Sous Vide» технологія з точки зору безпеки для здоров'я споживачів

Суть методу подовження терміну придатності напівфабрикатів з використанням «Sous Vide» технології:

- пакування харчових продуктів у спеціальний пластиковий пакет, з якого відкачують повітря за допомогою вакууматора, та приготування на водяній бані за температури не вище 70 °C;

- при приготуванні у вакуумному пакеті зберігаються смакові та ароматичні властивості, які втрачаються під час традиційного кулінарного оброблення;

- при низькотемпературному обробленні мембрани клітин не руйнуються, що дозволяє утримати внутрішньоклітинний сік, м'ясо зберігає свою соковитість;

- при запіканні м'яса, зазвичай, використовують температурний режим від 180 °C і вище, у той час, коли для доведення його до готовності достатньо 55–65 °C для яловичини, баранини та дичини, і не більше 70–80 °C для свинини;

- за приготування в умовах «Sous Vide» технології температура всередині і зовні харчових продуктів буде однаковою, не буде відбуватись висихання та підгоряння;

- правильний підбір температури дозволяє м'язовому колагену перетворитися в желатин, не допускаючи денатурації;

– овочі, приготовані з використанням цього методу, зберігають свіжу, хрустку текстуру, що складніше досягнути при звичайному варінні.

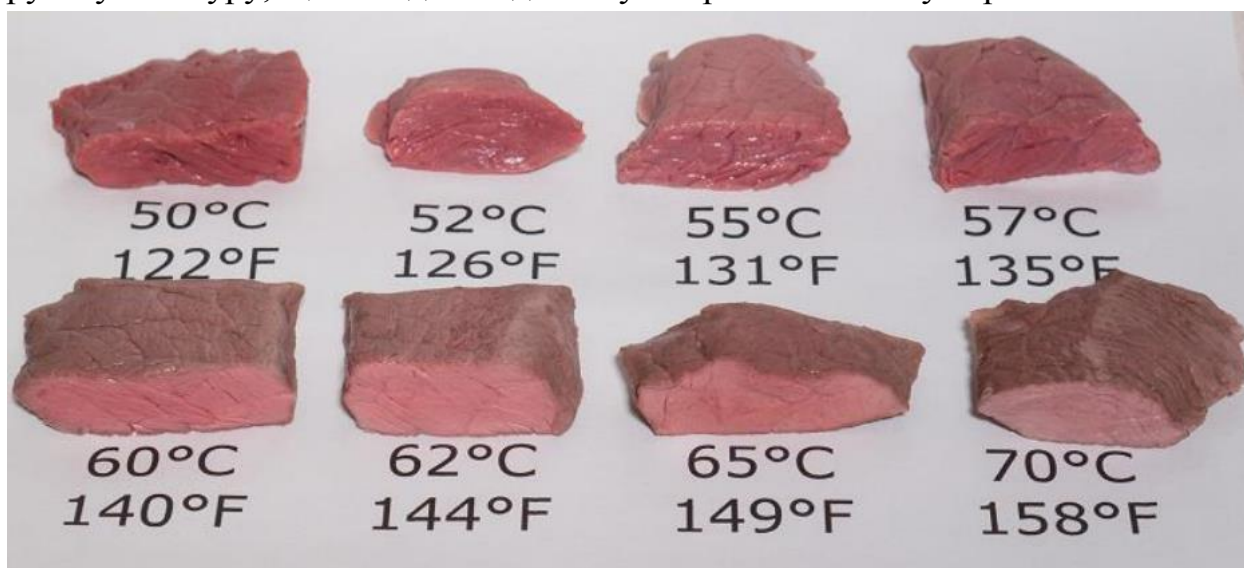


Рисунок 5.5 – Стан м'яса при приготуванні в умовах «Sous Vide»

5.5 Система технологій приготування і подавання «Cook & Serve»

Сучасні технології закладів ресторанного господарства представлені кількома новими напрямками, що з'явилися на світ унаслідок особливостей виробництва, зберігання, транспортування, регенерації (відновлення методом розігріву) та розподілу (продажу/дистрибуції) кулінарної продукції. До них відносяться й технологія «Cook & Serve».

Технологія «Cook & Serve» (з англ. «Cook & Serve» – «готуй та подавай») – технологія приготування їжі на охолоджуваних поверхнях (холодних закусок) та в тепловому обладнанні (гарячих страв) та подача негайно після готовності на стіл.

Кожна з описаних технологій реалізується із застосуванням високоавтоматизованого, інноваційного та ресурсозберігаючого обладнання, що дозволяє досягати найкращого співвідношення ціни та якості готової продукції, зниження постійних витрат та забезпечення високих санітарно-епідеміологічних стандартів випуску страв.

Деякі технології, такі як «Cook & freeze», «Cook & Serve» застосовуються вже протягом десятків років, інші, такі як «Cook & Chill» та «Cook & Hold» – понад 25 років, останні, такі як «MAP» та «CapKold» – останні кілька років.

Основними факторами вибору технології вироблення та продажу кулінарної продукції є:

- обсяги виробництва продукції;
- широта асортименту найменувань, що випускаються;

- тип продукту за принципом зберігання (що швидко псується або тривалого зберігання);
- розмір виробничих та складських площ;
- необхідність/можливість впровадження ресурсозберігаючих та інноваційних технологій;
- умови регенерації та розподілу продукції;
- ступінь віддаленості об'єктів розподілу продукції від виробничо-логістичного центру;
- дюджет проекту тощо.

У процесі вибору технології слід враховувати такі фактори:

- наявність можливості забезпечення високих санітарно-гігієнічних стандартів на точці продажу/розподілу продукції;
- обсяг складських приміщень, що охолоджують, на точках продажів (далі – POS);
- кількість та рівень кваліфікації працівників кухні в POS;
- стандарти таймінгу та прохідності при продажу кулінарної продукції (ЧЛГ- чек-людина-година);
- вимоги дотримання фінансових показників проекту в розрізі управління постійними та змінними витратами.

Мета сучасних технологій – економія тимчасових, трудових та енергетичних витрат.

5.6 Технологія приготування і зберігання страв «Cook & Hold»

Технологія «Cook & Hold» (з англ. «*Cook & Hold*» – «готуй та зберігай») – технологія приготування їжі на тепловому обладнанні без подальшого охолодження та утримання в теплових кабінетах для подачі через кілька годин у гарячому вигляді (варіант фри-фло або банкетного обслуговування).

Основним виробником печей повільного томлення на сьогоднішній день є американська компанія «Alto Shaam». Технологія виготовлення продуктів цієї компанії отримала назву «Halo Heat», на яку компанія має патент. «Halo Heat» – система, що дозволяє досягти дуже маленького коливання температури завдяки термостатично контрольованим нагрівальним елементам, якими обмотані стінки камери печі, теплової шафи або поверхні, що підігрівається. Рівномірний розподіл тепла дозволяє забезпечити високу якість продукту при його приготуванні в низькотемпературних печах і при збереженні в шафах, на вітринах, стелажах. Втрати вологи, вітамінів та мінеральних речовин мінімальні. Так, наприклад, при приготуванні м'яса в пароконвектоматах за

високої температури вони становлять приблизно 25 %. М'ясо, приготовлене за системою «Halo Heat», втрачає близько 5–10 % вологи. Більшість обладнання укомплектована електронним управлінням, що дає додаткові переваги у роботі. Для запобігання розповсюдженню мікробів на дверні ручки обладнання наноситься антибактеріальне покриття.

Основна відмінність низькотемпературних печей від інших полягає у способі підведення тепла до робочої камери. Тут немає конвекції, що висушує, немає жорсткого теплового випромінювання ТЕНів. У цих печах використовується система нагрівання «3D surround heat» (тривимірне навколишнє тепло). По зовнішній поверхні камери печі розподілені гнучкі тепловиділяючі кабелі. Завдяки цьому досягається рівномірне нагрівання камери печі з усіх боків. Усередині печі повністю відсутня конвекція, завдяки цьому продукт обволікається теплом, при приготуванні він втрачає набагато менше вологи, немає потреби впорскувати воду, як у пароконвектоматах, або додавати її в піддони, як у духових шафах.

Якщо йдеться про приготування м'ясних продуктів, то завдяки тому, що процес проходить при відносно низьких температурах тривалий час, відбувається глибока ферментація, м'ясо виходить надзвичайно соковитим і ніжним, краще зберігаються вітаміни та мінерали. Саме тому ці печі називаються печами делікатного приготування. Наступною важливою особливістю всіх низькотемпературних печей є можливість автоматичного переходу з режиму приготування в режим зберігання. Як правило, такі печі використовують для нічного приготування продуктів; тому важливо, щоб піч не відключалася, а тримала продукти при заданій температурі до того моменту, коли вони будуть потрібні. При зберіганні відбувається приготування деяких продуктів, насамперед м'яса. Модель печі-коптильні з електронним керуванням має датчик-щуп, що дозволяє запрограмувати необхідну температуру всередині продукту, після досягнення якої піч перейде в режим зберігання.

Печі для приготування блюд за технологією «Cook & Hold» можуть бути оснащені опцією копчення. Причому копчення може бути як гаряче, і холодне. При другому варіанті, крім тріски, необхідна гастроємність з льодом, яка відсікає потік тепла від димогенератора.

Технологія «Cook & Hold» має низку переваг:

- низькотемпературна обробка продуктів – мінімальні втрати ваги продукту при приготуванні;

- за рахунок тривалої обробки продуктів при відносно низьких температурах досягаються глибока ферментація, збереження вітамінів та

мінеральних речовин, зберігається надзвичайно багатий та ніжний смак, особливо м'ясних продуктів;

- піч з електронним керуванням має датчик-щуп, що дозволяє гарантовано досягати ідеальних результатів, для чого достатньо задати бажану температуру всередині продукту;

- піч із електронним керуванням може бути запрограмована безпосередньо перед приготуванням. До восьми програм може бути збережено у пам'яті для постійного використання, що суттєво знижує вимоги до кваліфікації обслуговуючого персоналу;

- функція автоматичного переходу в режим зберігання після завершення фази приготування дозволяє ефективно використовувати печі вночі, завантажуючи продукти увечері та отримуючи готові вранці;

- опціональна функція копчення дозволяє робити як гаряче, так і холодне копчення, а також просто додавати ароматні відтінки диму будь-якій страві.

- вкрай низьке споживання електрики – потужність печей не перевищує 2,8 кВт;

- печі забезпечені загартованим склом у дверцятах, що дозволяє контролювати процес приготування візуально;

- печі виготовлені з нержавіючої сталі, їх легко мити та обслуговувати;

- низькотемпературні печі можуть бути використані для зберігання продуктів у режимі теплової шафи. При цьому за рахунок повної герметичності камери продукти не втрачають вагу та не сохнуть.

5.7 Система технологій приготування і охолодження страв та напівфабрикатів «Cook & Chill»

Технологія «Cook & Chill» («Cook & Chill» з англ. – «готуй та зберігай»). Технологія, що застосовується у світі близько 20 років. Готові термічно оброблені продукти, щоб уникнути втрати їх смакових якостей та з метою кращого збереження свіжості та нутрієнтного складу піддаються шоковому охолодженню крижаним чистим повітрям до температури +2, +4 °С з подальшим зберіганням до 5 діб.

Термічне приготування їжі та заморожування – процеси, що широко використовуються на професійній кухні. Сьогодні вони з успіхом поєднуються у закладах громадського харчування з великими обсягами приготування за допомогою сучасної кулінарної тенденції «Cook & Chill», яка завойовує дедалі більшу популярність.

«Cook & Chill» («Cook & Chill» з англ. – «приготування та охолодження») – це комбінований процес приготування великого обсягу страв та їхнього швидкого охолодження. Термічно оброблена їжа не заморожується, а піддається охолодженню до +1 – +4 градусів. Причому швидкість охолодження така, що шкідлива мікрофлора не встигає розвинути.

Зберігання продуктів у таких температурних умовах продовжує термін їхньої придатності до 5 діб мінімум, а в окремих випадках до 21 доби до подачі на стіл.

Справжня кулінарна технологія була вперше використана в Німеччині наприкінці 70–80-х років у державних лазаретах. Однак не варто помилково думати, що технологія «Cook & Chill» – це можливість зберігання харчових залишків. Головне її призначення – приготування великих запасів охолодженої їжі, які використовуються при необхідності у встановлені часові терміни.

Мета сучасних технологій – економія тимчасових, трудових та енергетичних витрат. «Cook & Chill» у цьому відношенні відповідає всім вимогам, дозволяючи оптимально керувати вартістю товару за рахунок зниження витрат на виробництво страви. Ефективність методу підтверджена практичним світовим досвідом.

Переваги Технології «Cook & Chill» – це величезна кількість переваг, а саме:

- забезпечення початкової якості готової страви, продовження часу її зберігання без консервації, зі збереженням смаку, корисних властивостей та структури;

- високий захист їжі від зростання патогенної мікрофлори після термічної обробки;

- можливість використання на кухні будь-якого масштабу: маленького (їдальня, ресторан), середнього та великого (комбінати харчування, харчового виробництва, хлібозаводи та ін.);

- раціональність найпомітніша при значних обсягах готування. при використанні даного методу ресторанні мережі можуть практикувати централізоване виготовлення страв та розвозити їх дочірніми точками. ресторани менших розмірів успішно використовують «Cook & Chill» для банкетного та виїзного обслуговування, а також для забезпечення постійної наявності всього асортименту меню;

- ефективне використання часу. організатори робочого процесу можуть раціонально розподіляти час роботи персоналу для забезпечення максимальної продуктивності – страви можуть готуватись заздалегідь і без затримок використовуватись у періоди великої зайнятості працівників;

– велика різноманітність меню. всі страви завжди є в будь-який час дня. кухарі можуть оформляти заздалегідь приготовлені інгредієнти для прикраси страв, щоб урізноманітнити сервірування;

– покращений сервіс. Їжу потрібно буде просто розігріти, тож залишиться більше часу на сервірування та обслуговування відвідувачів;

– зниження відсотка відходів. розігріваються виключно замовлені страви, а отже, залишки приготовленої їжі не утилізуватимуться наприкінці дня, а залишаться на зберіганні до наступного сервірування;

– продуктивна робоча атмосфера на кухні;

– зростання доходів. Збільшення обороту веде до зростання доходності.

Устаткування для реалізації технології «Cook & Chill». Технологія «Cook & Chill» передбачає застосування одно- та багаторазових ємностей, різноманітного теплового обладнання, вакуумного пакувального апарату, агрегатів інтенсивного охолодження одного з двох типів.

Основна увага приділяється виробничій потужності обладнання – вона має відповідати потребам закладу у години максимального навантаження. Це необхідно для розрахунку підсумкового виходу продукції та часу готування, щоб продукти зазнали холодної обробки протягом півгодини після досягнення готовності. Оптимально перед покупкою системи завітати до закладів, які вже реалізують справжню технологію.

Окремо варто зупинитись на обладнанні для охолодження продуктів. Воно представлено двома типами:

1. Повітряне – охолоджені повітряні маси циркулюють навколо піддонів.

2. Водяне – запаковані продукти поринають у холодну рідину.

Повітряне охолодження в першу чергу застосовується для щільних інгредієнтів, таких як риба, м'ясо, випічка та ін.

Шафи шокової заморозки випускається у двох варіаціях – ємності з їжею або закриваються і розміщуються на візках, які потім поміщаються всередину камери, або викладаються прямо в гастроемності на полицях.

Існує величезний варіативний ряд моделей, що відрізняються своїми габаритами, найбільші можуть вміщати до 200 кг сировини за один раз, тобто. забезпечують вихід 2 000 кг продукції на день.

Окремі моделі мають поворотні полиці для кращої циркуляції повітря.

Вентилятори забезпечують швидкість повітряного потоку до 400 м/хв. Для оптимального зниження температури продукту товщиною 6,5 см буде потрібно півгодини при повному завантаженні камери. Після закінчення процесу апарат підтримує температуру до моменту розвантаження.

Водяне охолодження оптимально підходить для їжі, яку можна розлити у ємності – супи, гуляші, соуси. Як правило, воно використовується в сукупності з варочними казанами з водяною сорочкою, важелем перемішування та зливним краном. Мішалка потрібна для забезпечення рівномірної консистенції продукту, що викачується за допомогою станції перекачування з котла контейнери. Можна використовувати і перемішування вручну, проте воно недостатньо ефективне. Станція перекачування є конструкцією з помпи з мотором, зливного клапана, тримача тари, кліпсатора для запайки і, в деяких моделях, принтера етикеток.

Упаковані пакети переміщуються до апарату водяного охолодження на візках або, за великих партій, поміщаються на конвеєр. Процес охолодження здійснюється за рахунок циркуляції холодної води та триває близько години. Охолоджувальні апарати виробляються місткістю від 450 до 1 100 л.

Етапи технології «*Cook & Chill*»:

1. Вибір продуктів та їх зберігання. Як і за будь-якого способу готування, підсумковий результат безпосередньо залежить від інгредієнтів – вони повинні бути свіжими, належної якості. Після придбання їх зберігають у місці, що відповідає санітарним вимогам та у відповідному типі продукту мікрокліматі. Заморожена сировина повинна обов'язково розморожуватися в холодильнику, щоб виключити зростання патогенної мікрофлори та нерівномірне розморожування.

2. Підготовка продуктів. Використовуйте чисті поверхні та окремі інструменти для різної сировини. Особливу увагу приділіть обробці м'яса – його шматки повинні бути не більше 2,5 кг вагою та 6 см завтовшки.

3. Приготування. Їжа готується звичайним способом за допомогою вказаного вище обладнання. Запіканки, випічка, риба, м'ясо, соуси та супи готуються партіями. Важливо, щоб при готуванні внутрішня температура продукту досягла 70 °C і залишалася такою не менше двох хвилин для загибелі патогенної мікрофлори, яка може бути присутнім у сировині.

4. Охолодження та підготовка до нього. Порціонування страв можна проводити як до, так і після охолодження. Для бенкету їжу можна охолодити в посуді сервіровки, а для обслуговування відвідувачів готелю або пасажирів поїзда або літака – на закритих тарілках або у вакуумній упаковці. Слід врахувати, що у разі попереднього порціонування, воно має бути зроблено протягом 30 хвилин з моменту приготування. Якщо продукт не упаковується у вакуумний пакет, його рекомендується закрити плівкою або фольгою для рівномірного охолодження, попередження висихання, змішування запахів, а також надмірного зледеніння системи охолодження через надлишок вологи

всередині камери. Можливе використання контейнерів, що закриваються, з харчового пластику. Далі страва піддається інтенсивному охолодженню в камері одного з двох вищеописаних типів. Час охолодження залежить від типу продукту та його маси.

5. Зберігання та доставка. Основна мета при зберіганні охолодженої їжі – підтримання її постійної температури та виключення контакту з іншими продуктами. Найкращим варіантом для виконання цих умов є встановлення спеціальної холодильної камери засувного типу із системою контролю температури та індикації, що сповіщає про її зміну. У разі непередбаченого нагрівання продукту до 8 °С, він використовується протягом 12 годин, якщо температурний показник перевищує 10–15 °С, їжа утилізується, оскільки є небезпечною для вживання. Зовнішній вигляд, запах та консистенція при цьому можуть бути незмінними, проте це не є показником безпеки. Кожен продукт, поміщений для зберігання і, у разі потреби, місці доставки. Для транспортування, як правило, застосовують термобокси та фургони-рефрижератори. На місці призначення проводиться повторне вимірювання температури, потім їжу поміщають в холодильник.

6. Регенерація. Розігрів їжі та її сервірування, так само як і подача холодних страв, проводиться протягом півгодини після їх вилучення з холодильника.

Існують спеціальні апарати регенерації, розроблені персонально для «Cook & Chill». Однак для цих цілей можна з успіхом використовувати конвекційні печі та мікрохвильові, пароконвектомати, смажені шафи і т.д. Під час регенерації, як і під час готування, важливо уникнути розмноження бактеріальної флори, тому продукт повинен нагрітися не менше ніж до 120 °С по всій товщині і залишатися в такому стані до 2 хвилин. Для контролю показників необхідно використовувати датчик термометр.

Їжа, що остигнула до кімнатної температури, повторно не розігрівається і не охолоджується. Утилізується як харчові відходи.

Технологія «Cook & Chill» відповідає вимогам сьогодення, поєднуючи в собі динамічність та дотримання всіх норм та правил індустрії харчування. Схвалена санітарно-епідеміологічним законодавством.

5.8 Технологія заморожування готових страв «Cook & Freeze»

Технологія «Cook & Freeze» (від англ. «Cook & Freeze» – «готуй та заморожуй») – технологія приготування напівфабрикатів різного ступеня

готовності з подальшим глибоким шоківим заморожуванням. Ця технологія дуже схожа на технологію «Cook & Chill» і відмінною особливістю є процес охолодження. Великим недоліком даної технології є суттєва втрата якості страви після розморожування.

5.9 Технологія масового виготовлення кулінарної продукції «CapKold» та інші

Технологія «CapKold» (Controlled Atmospheric Packaging Kept Cold з англ. – «упаковка з контрольованою внутрішньою атмосферою, що зберігається охолодженою») – приготування продуктів в котлах з паровими сорочками і sous-vide – герметичних гігієнічних вакуумних пакетах з наступним водяним. Є промисловим різновидом технології «Cook & Chill».

Технологія «Cook & MAP» («Cook & MAP» з англ. – «готуй та упаковуй») – технологія приготування сирих та термічно оброблених страв з подальшим пакуванням у середовищі «захисної атмосфери» – особливої технології презервації без консервантів.

5.10 Система технологій збереження свіжості продукції на більш за тривалі терміни «Long Life Fresh Food» (LLFF) та «Extended Shelf Life» (ESL)

«Long Life Fresh Food» («Long Life Fresh Food» з англ. – «продовжені терміни придатності свіжоприготовленої їжі») – інтенсивне охолодження готової продукції з подальшим пакуванням у модифікованому газовому середовищі, що виключає контакту з киснем повітря.

Режими охолодження та стабілізації дуже важливі для отримання якісної продукції та скорочення відходів виробництва. При швидкому охолодженні внаслідок інтенсивного обдування внутрішня напруга зсуву у виробках не тільки не зникає, а й збільшується за рахунок випаровування вологи та зростання градієнта вологості. І хоча градієнт температури, що виникає при швидкому охолодженні, направлений в ту ж сторону, що і градієнт вологості, тобто всередину виробу, волога не встигає підійти з внутрішніх шарів до поверхні в силу низької вологопровідності щільної структури висушених виробів. Якщо вироби висушували при жорсткому режимі, то розтріскування та перетворення їх у брукхт і крихту можуть відбутися після упаковки.

«Long Life Fresh Food» зберігає харчову цінність продукту, метод заснований на комплексі технологічних та організаційних заходів, що

забезпечують належні режими при русі сировини та напівфабрикатів у процесі виробництва, теплової та механічної обробки, комплектації та пакування готової продукції.

Особливість технології – збереження харчової цінності продукту, залишаючи його свіжим: «Technology of nutritionally fresh/cook chill extended shelf life». За певних умов термін придатності товару може бути збільшений до 30 днів.

Кухня з технологією «Long Life Fresh Food» найефективніша, оскільки вона працює ритмічно: п'ять днів виробництва може забезпечити семиденну потребу у готовій продукції.

Такі кухні називають восьмигодинними п'ятиденними. На кухнях з технологією «Long Life Fresh Food» зменшується кількість проміжних процесів, зростає контроль та забезпечення якості. Основа системи полягає у комбінованому використанні високотехнологічного обладнання, наприклад, конвекційної печі та камери інтенсивного охолодження.

Основні прийоми приготування готових страв («Core Technology») були розроблені в Австралії та мають 30-річну історію. Тут застосовується швидке охолодження продуктів, різні способи пакування та теплової обробки, що гарантують абсолютну безпеку та справжній смак протягом тривалого часу. Це австралійське ноу-хау зарекомендувало себе як один із найбільш екологічних винаходів у приготуванні їжі.

Особливістю технології є інтенсивне охолодження продукту з температурою 65 °С до температури 3–10 °С протягом 90 хвилин. Продукт, оброблений таким способом, може зберігатися у холодильній камері при температурі 2–4 °С до 6 днів. Застосування вакуумного пакування продукту перед тепловою обробкою дозволяє підвищити його смакові якості, знизити втрати. Подальше використання упаковки у модифікованому газовому середовищі дозволяє збільшити термін придатності продукту до 30 днів.

Технологія ESL, «Extended Shelf Life» («Extended Shelf Life» з англ. – «збільшений термін зберігання») передбачає процес упакування продуктів харчування, що швидко псуються, в середовищі інертних харчових газів високого ступеня криогенного очищення, що забезпечують придушення мікробіологічного зростання аеробних і анаеробних патогенних мікроорганізмів.

Ця технологія дозволяє збільшити термін зберігання продукції до п'яти діб без застосування консервантів. При цьому якісні, смакові та інші властивості страв повністю зберігаються.

Технологія «Extended Shelf Life» отримала безліч різних назв і утворених від них аббревіатур, ось деякі з них:

- MAP – Modified Atmosphere Packaging (найпоширеніша у світі аббревіатура);

- МГС – модифіковане газове середовище;

- ГМС – газомодифіковане середовище;

- упаковка в захисній атмосфері;

- Упаковка «в газі».

Важливо, що це назви відбивають одне й те саме смислове зміст. Всі ці терміни і поняття позначають процес пакування продуктів харчування, що швидко псуються, в середовищі інертних харчових газів.

В описі даного проєкту найчастіше буде використовуватися англійська аббревіатура MAP.

Упаковка в MAP може бути будь-якою: зробленою зі складних плівок, що ламінують, лотком, склянкою, відром з поліетилену, вакуумним, усім добре знайомим пакетом, але вона повинна відповідати одній з найважливіших вимог: бути бар'єрною.

Бар'єрна упаковка – упаковка, яка в силу своєї морфології та хімічного складу перешкоджає витоку газу зсередини назовні і запобігає проникненню агресивних середовищ ззовні всередину.

Багато матеріалів герметичні з погляду проникнення вологи, але є перешкодою для міграції газів. Гази мігрують через упаковку двома способами: дифузійним (через структуру матеріалу/полімеру) і через герметизуючий зварний шов (місце запайки плівки). При цьому бар'єрними властивостями повинен мати як нижній матеріал (лоток, склянку, цебро, гастроємність), так і верхній (плівка, ламінат, кришка з силіконовою прокладкою для гастроємності).

Технологія пакування продуктів харчування в газомодифікованому середовищі з'явилася як розвиток технології вакуумування. Вакуумна упаковка як одне з досягнень розвитку пакувальних технологій так і не змогла вирішити ряд суттєвих проблем, пов'язаних із зберіганням продуктів, що швидко псуються, у безповітряному просторі. Механічна деформація продукту призводить не тільки до порушення текстури продукту, але і, внаслідок дії стінок багат шарового бар'єрного плівкового матеріалу, виділення вологи і соків. В результаті продукт втрачає частину своєї вітамінної гами, формує рідке середовище, що сприяє розпаду клітин та старінню. Ця обставина критична для соковитих свіжих м'ясних продуктів та свіжих овочів.

Друга проблема вакууму – анаероби та їх шкідливий вплив на багато груп продуктів харчування. Анаеробіоніти та аноксидіоніти позбавлені ферментних систем і здатні переносити водень на вільний кисень.

Третя проблема, пов'язана з вакуумуванням продуктів, що швидко псуються, – зміна їх смаку. Виділення вологи всередині вакуумної упаковки призводить до зневоднення продукту та зміни його смакових властивостей.

Ще на початку XVII ст. було помічено, що вуглекислий газ (CO₂), що виділяється живими організмами, є чудовим консервантом, свого роду бальзамуючим газом. У той же час CO₂ абсолютно нешкідливий для людини, він входить до складу атмосфери. На початку 30-х років XX ст. вчені серйозно переймалися питанням модифікування газового складу атмосфери. Поява перших промислових вакуумних насосів значно сприяла цьому процесу. В результаті тривалих експериментальних досліджень було доведено, що вуглекислий газ чинить консервуючий вплив на зростання мікроорганізмів, що знаходяться на поверхні продукту в результаті отриманого природного зараження. Перші станції газациї використовувалися в пивній та олійно-жировій промисловості. Наприклад, вся рослинна олія, що випускається в ПЕТ-пляшках, газується азотом для того, щоб запобігти гіркоту продукту, а балони з вуглекислим газом, підключені до пивної вежі, сьогодні можна побачити в будь-якому барі або ресторані.

Суть процесу модифікації атмосфери у тарі чи упаковці зводиться до наступного. Азот – інертний газ, використовується як розріджувач суміші (як засіб витіснення кисню з упаковки). Азот погано розчиняється у воді та жирах, не має прямого бактеріостатичного впливу і не впливає безпосередньо на стабільність упакованого продукту. Застосування цього газу дозволяє максимально повно видалити залишки кисню, отже, обмежити розвиток аеробних бактерій. При вищому вмісті азоту в упаковці легше підтримувати постійну концентрацію суміші газів у зв'язку з тим, що молекулярний тиск газу в упаковці та в атмосферному повітрі наближається до стану рівноваги.

Двоокис вуглецю, що використовується у суміші в концентрації приблизно 20 %, виконує функцію бактеріостатичного компонента газової суміші, стримуючи і пригнічуючи зростання аеробних бактерій і плісняви, які можуть розвиватися і за відсутності кисню. На відміну від азоту двоокис вуглецю легко розчиняється у воді та жирах. Присутність CO₂ у продуктах, що містять більшу кількість води, підвищує їхню кислотність і тим самим збільшує термін зберігання. Розчинність двоокису вуглецю зменшує молекулярний тиск цього газу в суміші, і при неправильному виборі концентрації двооксиду вуглецю упаковка іноді ніби «всїдає» на продукті, як після вакуумування. Цей

ефект усувають введенням в упаковку іншого газу – азоту. З одного боку, саме кисень є «винуватцем» процесів окислення та прогоркання жирів, псування продуктів внаслідок зростання аеробних бактерій. З іншого боку - без його допомоги не обійтися, якщо необхідно зберегти яскраво-червоний колір яловичини, який асоціюється у споживача з її свіжістю.

У газовій суміші для упаковки свіжого м'яса вміст кисню може сягати 80 %. Застосування такого газового складу пригнічує зростання мікроорганізмів на поверхні харчового продукту, підтримуючи його мікрофлору на необхідному рівні, зберігає початкові харчові смакові, ароматичні та інші властивості протягом певного часу, регулює кисневиділення з продукту та проникнення його через упаковку, а також значно збільшує термін зберігання продукту без зміни його якості.

Чим нижче рН продукту, тим менше газове середовище впливає термін зберігання. Це відбувається через те, що зменшення рН уповільнює зростання бактерій. У цьому випадку фактором, що обмежує термін реалізації, є не зростання бактерій, а хімічні реакції, такі як окислення, зміна кольору продукту (пакувальна плівка стикається з вологою поверхнею продукту). Якщо продукт складається з кількох компонентів, газ додається збільшення термінів зберігання однієї з них. Правильне виявлення факторів, що обмежують термін зберігання продукту, а також характеристик продуктів є важливою передумовою для отримання ефекту від упаковки в газовому середовищі. Для невпакованих м'ясних продуктів у нарізці максимальний термін зберігання становить кілька днів.

Традиційна упаковка для таких продуктів – вакуум. При цьому термін зберігання становить від 14 до 21 дня залежно від пакувального матеріалу та продукту. Негативними сторонами вакуумної упаковки, як вже було сказано, є виділення вологи з продукту, а також ефект «склеювання» нарізаних шматочків. Обидві проблеми можна вирішити шляхом упаковки продуктів у газовому середовищі. Однією з найбільших переваг такої упаковки є запобігання виходу вологи з продукту і, відповідно, збереження зовнішнього вигляду. При упаковці свіжих продуктів у газовому середовищі потрібна постійно низька температура. Дія вуглекислого газу збільшується при зниженні температури, оскільки він швидше вбирається у продукт. Найкраще вуглекислий газ перешкоджає зростанню бактерій за нормальної температури 0 °С, а при температурі +5 °С ці властивості помітно знижуються. Наприклад, немає сенсу упаковувати свіжу рибу чи м'ясо у газовому середовищі, якщо температура зберігання перевищує + 2 °С. Для готових продуктів це не так критично, проте температура їх зберігання не повинна перевищувати 5–6 °С.

5.11 Технології льодоміксинг (пакоджетинг)

Льодоміксинг (пакоджетинг) – це технологія молекулярної кухні, яка отримала свою назву від приладу гомогенізатора (подрібнювача високого класу), випущеного фірмою RascoJet. Сам процес льодоміксинга полягає в тому, що продукти, схильні до глибокого заморожування до -22°C протягом 24 годин, перетворюються в ультра гладку, мілкотекстуровану, пюреподібну масу і зберігаються в такому вигляді при температурі -12°C , -15°C , яка є ідеальною для заморожених десертів.

Особливість пакоджетинга полягає в тому, що заморожений продукт дробиться на дрібні частинки без додавання будь-яких сполучних речовин.

Зазвичай гомогенність продукту досягається за допомогою різних добавок. Натуральної добавкою є яєчний білок, але сучасні технології використовують і хімічні речовини для адгезивного (сполучного) ефекту.

Якщо подивитися на упаковку ковбасних виробів, сосисок або паштетів, то крім м'яса можна побачити в складі багато всього «зайвого» і шкідливого для здоров'я. Після обробки приладом RascoJet ніякі добавки не потрібні.

Наприклад, якщо заморозити на 24 години м'ясний фарш, подрібнити в гомогенізаторі, а потім помістити в спеціальний герметичний рукав і відварити протягом години при температурі $130\text{--}140^{\circ}\text{C}$, можна отримати ідеальний паштет. Ніжний, смачний і корисний.

Секрет пакоджетинга полягає в тому, що подрібнюючі ножі мають не тільки супер міцну конструкцію, але і дуже високу швидкість обробки продукту, при якій він не встигає відтанути.



Рисунок 5.6 – Технологія льодоміксинг (пакоджетинг)

За цією технологією можна готувати морозиво, шербети, легкі муси, повітряні паштети, терин і котлети, овочеve і трав'яне пюре для супів і соусів.

В процесі льодоміксинга посилюється природний аромат продуктів, і в підсумку виходить страва ідеальної консистенції, має насичений і натуральний смак.

5.12 Технологія «Thermomix»

Технологія «Thermomix» – це змішання і подрібнення компонентів того чи іншого блюда при постійному нагріванні. Тобто фактично «Thermomix» – це міні – котел для приготування їжі з функцією перемішування. Унікальність сучасних приладів полягає в тому, що конструкція ножів термоміксера дозволяє обробляти як заморожені продукти, так і продукти з ніжною текстурою, такі як червоні породи риб або відварені спагетті.

«Thermomix» мають температуру нагрівання чаші до 120 градусів, що дозволяє роз топлювати масло, жир, шоколад, карамель, а також готувати соуси, муси, пасти, помадки. При переробці продуктів з овочів та фруктів надзвичайно важлива швидкість обробки продукту.

Вплив високими температурами застосовується для:

- мінімізації мікробіологічного фону;
- розчинення цукрів в масі;
- гомогенізації маси.

До того ж чим менше час впливу високих температур на овочі чи фрукти, тим менша втрата вітамінної гами продукту. Важлива особливість «Thermomix» – автоматичне зважування продукту в чаші можна додавати продукт прямо в чашу відповідно до рецептури. Це дуже зручно при приготуванні концентратів кремів-супів, багатокомпонентних соусів, мусів. Апарат може здійснювати наступні операції:

- варити;
- емульгувати;
- гомогенізувати;
- пасерувати;
- бланшувати;
- подрібнювати;
- карамелізувати;
- розтоплюват, охолоджувати.

«Thermomix» незамінний для приготування пюре, суфле, сирів, м'ясних, рибних фаршів і начинок. «Thermomix» знайшли широке застосування в

авангардній кухні в провідних ресторанах світу, завдяки своїй універсальності, високій швидкості приготування страв і можливості працювати з твердою фракцією (горіхи, сухарі, лід і т.д.).

ТЕМА 6 ІННОВАЦІЙНЕ ТЕХНОЛОГІЧНЕ УСТАТКУВАННЯ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

План

6.1 Характеристика та функціональні можливості основних видів сучасного технологічного устаткування в закладах ресторанного господарства.

6.2 Характеристика та функціональні можливості спеціалізованих видів сучасного технологічного устаткування в закладах ресторанного господарства.

6.3 Устаткування для відкритої кухні в закладі ресторанного господарства.

Джерела:

1. Про пріоритетні напрями розвитку науки і техніки [Електронний ресурс] : Закон України від 11.07.2001 № 2623-XIV. – Електронні текстові дані. – Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2623-14>, вільний (дата звернення: 31.08.2022). – Назва з екрана.

2. Ростовський В. С. Прогресивні ресурсозберігаючі технології в харчовій промисловості : навч. посіб. / В. С. Ростовський, Н. В. Олейник – Київ : Кондор, 2009. – 136 с.

3. Влащенко Н. М. Інноваційні технології у ресторанному, готельному господарстві та туризмі : навч. посібник / Н. М. Влащенко ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. – 373 с.

4. Ресторанна справа: асортимент, технологія і управління якістю продукції в сучасному ресторані : навч. посіб. для вишів / В. В. Архіпов. – 2-ге вид. – Київ : Центр учбової літератури, 2013. – 384 с.

6.1 Характеристика основних видів сучасного технологічного устаткування в закладах ресторанного господарства

Традиційно технологічне устаткування закладів ресторанного господарства класифікують на три види: механічне, теплове й холодильне. Будь-яка група складається з конкретних моделей (модифікацій) обладнання, самостійно функціонуючих, що мають свій специфічний устрій і принцип дії. Торговельне холодильне обладнання поділяється на шафи, камери, прилавки (прилавки-вітрини), вітрини, охолоджувачі та ін. Електричне теплове обладнання поділяється на казани, плити, шафи, сковороди й грилі, кип'ятильники безперервної дії, кип'ятильники наливні (періодичної дії), марміти та ін. Обладнання для механічної обробки поділяється на очисне, подрібнювальне-різальне, місильне-перемішуюче, дозувальне-формувальне, машини (приводи) універсальні та ін.

Призначення устаткування:

- холодильні шафи, призначені для короткострокового зберігання запасу швидкопсувної харчової продукції, що забезпечує безперебійну роботу підприємства (виробництва);
- збірні холодильні камери, призначені для зберігання одноразової партії постачання (трьох-, п'ятидобового запасу) швидкопсувних харчових продуктів; і одною моделлю камери, що забезпечує зберігання продукції як при позитивних, так і при негативних низьких температурах;
- прилавки-вітрини, призначені для демонстрації й зберігання невеликого запасу швидкопсувних харчових продуктів під час їхньої реалізації (продажу);
- вітрини, призначені для демонстрації швидкопсувних харчових продуктів, що продаються;
- харчоварильні казани, призначені для виробництва готових страв способом варіння;
- електричні плити, призначені для обробки харчових продуктів способом смаження й варіння;
- жарові (пекарські) шафи, призначені для теплової обробки харчових продуктів при контакті з гарячим повітрям у закритому просторі;
- сковороди й грилі, призначені для смаження харчових продуктів (сковороди, фритюрниці і грилі);
- кип'ятильники;
- очисне обладнання (для очищення картоплі й коренеплодів, для очищення цибулі);
- подрібнювальне-різальне обладнання;
- місильне-перемішуюче обладнання (тістомісильні машини і взбивальні машини);

– машини (приводи) універсальні (для роботи на транспорті і в стаціонарних умовах).

6.2 Характеристика та функціональні можливості спеціалізованих видів сучасного технологічного устаткування в закладах ресторанного господарства

Автоматизований кулінарний центр «VarioCooking Center» винайдений фірмою Rational на мінімальній площі замінює до 50 % традиційного кухонного устаткування – такого, як котли, перекидні сковороди, фритюрниці, пароварки, і навіть більшу частину всіх каструль та сковорідок.

У новому «VarioCooking Center» можливо все: варити, смажити, готувати на грилі, у фритюрі чи під тиском найрізноманітніші страви, окремо чи у паралельному режимі. Завдяки «VarioCooking Center» можливі:

- найкоротші строки прогріву, приготування та охолодження;
- паралельне приготування різних страв;
- відсутність пригорання;
- очистка, яка здійснюється протягом декількох секунд;
- швидка підготовка центру до подальшої роботи.

Звичайне введення даних, таких, як температура, час і постійний контроль, повністю відпадає. Натисканням кнопки обирається продукт. Вбудований штучний інтелект «VarioCooking Control» самостійно розпізнає вимоги, обумовлені даним продуктом, його розмір та об'єм завантаження. Час приготування, а також момент необхідного втручання розраховуються індивідуально і корегуються в процесі роботи автоматично. «Vario Cooking Control» (далі, VCC) надає сигнали, коли кухарю необхідно втрутитися у процес, наприклад, перегорнути філе. Не потрібно постійно знаходитися біля апарата. На дисплеї відображається час, який залишився до кінця приготування. Теплова енергія в апараті VCC розповсюджується за рахунок нової запатентованої системи «Vario Boost», яка представляє собою дрібнокоміркову динамічну структуру нагрівальних елементів нового типу з потужністю, що раніше не досягалася, швидкістю нагріву та точністю регулювання. При розподілі теплової – енергії на жарильній поверхні системи «Vario Boost» автоматично враховується площа, яка зайнята напівфабрикатами та контролює кількість енергії, що подається. Необхідно просто обрати потрібну температуру і через лічені хвилини апарат готовий до роботи. Щосекундно високочутлива система «Vario Boost» з точністю до градуса регулює та оптимізує температуру поверхні, що нагрівається. «Vario Boost» має мобільний резерв потужності і при

цьому готує на 50 % швидше навіть при великому завантаженні. За допомогою змінної резервної потужності продуктивність обсмажування у порівнянні зі звичайними перекидними сковородами підвищується більше ніж на 40 %. При обсмажуванні пори продукту, що готується, закриваються і сік залишається в продукті. Це означає, що при нарізанні отримується на 20 % продукту більше і додатково економиться до 60 % часу. У «Vario Cooking Center» при варінні овочів чи макаронних виробів, при приготуванні гарнірів потрібна кількість води заливається натисканням кнопки. Корзини для варіння у фритюрі опускаються та підіймаються автоматично – це гарантує найкращий результат без контролю. Продукти у фритюрі готуються швидко навіть у великих кількостях. Завдяки «Vario Boost» при варінні рагу чи порційних страв в «Vario Cooking Center» температура і тиск контролюються і підтримуються протягом всього процесу варіння автоматично. Час приготування скорочується наполовину, і завжди гарантований точний результат. Споживання води при варінні продуктів у «VarioCooking Center» помітно скорочується. Застосування корзин містить у собі великий потенціал економії. Витрати води складають 70 % у порівнянні з приготуванням у звичайному котлі. Таким чином, використання «Vario Cooking Center» дозволяє досягти: прискорення теплової обробки на 50 %; економії енергоресурсів на 40 %; зменшення втрат маси продуктів; високої якості кулінарної продукції.

Стефан гриль – революція в приготуванні м'яса і риби методом «Cook-In» в кожному ресторані, барі, пабі або стейк-хаусі має бути одна або кілька страв які є своєрідним «обличчям» закладу, хітом. Як правило, це страва з м'яса або риби. У деяких закладах Європи та США основна страва, разом з якою продають безліч додаткових страв, може бути справжнім брендом закладу. Його назву або візуальний образ часто зображується на значках, прикріплених до одягу офіціантів, на паперових серветках, одноразових аркушах меню, на запальничках та інших аксесуарах і елементах сервірування столу. Така страва повинна бути приготовлена по-особливому і відрізняти заклад від усіх інших.

«Стефан-гриль» є саме тим інноваційним винаходом для шеф-кухаря, який може готувати продукти з неповторним смаком і підкреслювати унікальність такої страви фірмовим штемпелем, випаленим прямо на шматку м'яса або риби. «Стефан-гриль» був винайдений шеф-кухарем Стефаном Марквард в 2001 році. Шеф-кухар направляв гарячий струмінь повітря на кулінарний продукт, для того щоб готувати його швидко і домагатися ефекту аерогрилю, температура обробки продукту зсередини може досягати 650 °C без впливу на продукт відкритим вогнем. Продукт різної товщини насаджується на шомпол і обсмажується зсередини. Ця технологія отримала назву «Cook-In».

М'ясо просмажується до золотистої скоринки зсередини, а зовні зберігає свій ніжний рожевий колір і соковитість. У процесі приготування зовнішні шари м'яса готуються за рахунок інтенсивного обдування гарячим соплом, що поставляється в комплекті до грилю. Стефан-гриль також призначений для приготування продуктів «з димком» з використанням спеціального пристрою (поставляється окремо), це дозволяє додати продукту запах і аромат страви, приготовленого на відкритому вогні на деревному вугіллі.

Переваги :

- продукт смажиться зсередини, а зовні зберігає дивовижну ніжність і соковитість;
- продукт подається нарізаним скибочками, півкільцями і кільцями, так щоб гість міг бачити, як оригінально він був приготовлений;
- на м'ясі можна випалити ім'я шеф-кухаря або назву ресторану, в якому воно було приготовлено.

Приготування на сковороді вок. Цей вид посуду з давніх давен широко використовується в азіатській кухні. Зараз завдяки посиленій увазі до східної кухні вок активно застосовується і в європейських ресторанах. Завдяки сферичній формі сковороди і високій температурі нагріву продуктів, нарізаних не великими шматочками, майже миттєво прогріваються і швидко доходять до готовності. Перед смаженням м'ясо, рибу, птицю як правило маринують і обсушують. Жир в сковороді повинен бути добре прогрітим, до того, як туди потраплять продукти. Обсмажують продукти невеликими порціями, перемішують дерев'яними паличками. Вок використовується для різних способів теплової обробки: варіння, варіння на парі (в бамбукових корзинах), тушкування, смаження, також у фритюрі; де жиру потрібно значно менше. Кожному способу теплової кулінарної обробки продуктів властиві недоліки, що знижують якість готової продукції і підвищують витрати на приготування їжі. У зв'язку із цим одержують поширення комбіновані способи теплової обробки, у яких поверхневе нагрівання поєднується з об'ємним, НВЧ-нагрівання з ІЧ-нагріванням. Так, останнім часом НВЧ-апарати випускають у комбінації з інфрачервоним нагріванням, що робить їх досить ефективними для приготування страв різноманітного асортименту. У жарових і пекарських шафах, що застосовують на підприємствах ресторанного господарства, разом з поверхневим нагріванням використовують й інфрачервоне, хоча частка його в загальних витратах на приготування їжі невелика. Інфрачервоне випромінювання на поверхню виробів, що випікають, надходить від нагрівальних елементів і розігрітих стійок шафи. Також застосовують жарові шафи зі спеціально вбудованими трубками інфрачервоного випромінювання.

6.3 Устаткування для відкритої кухні в закладі ресторанного господарства

Для створення відкритої кухні добре підходять печі для приготування піци або випічки хлібобулочних виробів, барбекю, суші-кейси, гриль, жарочні поверхні. Чудовою традицією стало приготування безпосередньо на клієнтських місцях деяких страв, наприклад фондю або фламбе.

Організація відкритого робочого процесу вимагає використання професійного технологічного обладнання, теплових і холодильних апаратів, а також виконання особливих вимог до санітарних умов.

Спеціалізоване технологічне обладнання для ресторанів з відкритою кухнею, повинно відповідати таким умовам:

- функціональність і привабливий дизайн. Презентабельність для такого процесу вкрай важлива умова. Естетика і ергономіка виходять на провідні місця – форми і колірне оформлення повинні бути абсолютно привабливими, мати стиль і шарм. Підсвічування, використання прозорих елементів для демонстрації процесів – умова обов'язкова;

- комфорт і компактність. Дія зосереджена на обмеженому просторі, але вимагає виконання великої кількості різнопланових операцій. Забезпечити зручність роботи – головне завдання устаткування;

- відкритість. Найкраще враження при демонстрації залишають вок або гриль для відкритої кухні, пароконвектомат з хорошим дизайном, обладнаний великими скляними дверима для поліпшення огляду.

Особливо важливим питанням є комплектування відкритої робочої зони витяжками і фільтрами. Система забору і подачі повітря повинна запобігти проникненню будь-яких запахів у зал ресторану. Тому витяжками повинна комплектуватися вся площа стелі відкритої робочої зони. В додаток до цього над тепловими установками монтуються потужні вентиляційні установки. Здатні повністю видалити з робочих зон гар, кіптява, пари продуктів.

Уважно слід поставитися і до розстановки обладнання або проєкту відкритій кухні. Кращий вид розташування – острівна організація устаткування, що створює максимальний комфорт при роботі і найменшим чином знижує поле огляду. Природно, більша частина технологічного процесу залишається «за кадром», виконуюсь в закритих зонах кухні. На розгляд виносяться доготування та сервірування. Відповідно і провідна роль на відкритій кухні відводиться виробничих столів. Дозволяючи розмістити теплове обладнання, вони, в той же час, забезпечують зручний доступ шеф-кухаря до всієї необхідної гамі продуктів. Відмінне враження справляє й модульна техніка, лінії якої надають пейзажу кухні солідність і завершеність.

ТЕМА 7 НОВІ ФОРМАТИ СУЧАСНИХ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА, ЇХ РОЗВИТОК НА ВІТЧИЗНЯНОМУ РИНКУ. ІННОВАЦІЙНІ РОЗРОБКИ СУЧАСНИХ ФОРМ ОБСЛУГОВУВАННЯ

План

7.1 Особливості форматів та групування закладів ресторанного господарства за їх видами.

7.2 Особливості стандартів сервісу певних форматів.

7.3 Заклади формату «Free Flow» і їх адаптація на вітчизняному ринку ресторанної продукції.

7.4 Особливості організації закладів ресторанного господарства відкритої форми виробництва «Front cooking».

7.5 Організація відкритої кухні в формі тепан-шоу та шоу-кукінг.

7.6 Особливості сучасного надання послуг із кейтерингу.

Джерела:

1. Антонова В. А. Організація обслуговування на підприємствах харчування їжі : навч посіб. для вишів / В. А. Антонова. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2005. – 158 с.

2. Влащенко Н. М. Інноваційні технології у ресторанному, готельному господарстві та туризмі : навч. посібник / Н. М. Влащенко ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. – 373 с.

3. Ковалевська О. Л. Родинний ресторан – складності формату / О. Л. Ковалевська // Ресторатор. – 2010. – № 7. – С. 60–65.

4. Крилова Л. В. Інноваційні ресторани технології : навч. посіб. для студ. вишів / Л. В. Крилова. – Донецьк. : ДонНУЕТ, 2012. – 140 с.

7.1 Особливості форматів та групування закладів ресторанного господарства за їх видами

Сучасні формати закладів ресторанного господарства. Основні критерії вибору закладу споживачами:

- якість кухні, страв та обслуговування;
- привабливий інтер'єр, комфортні меблі та яскравий посуд»
- доступні ціни.

Формат «Fast Casual» – «швидкий і демократичний», найбільш перспективний в Америці, Європі та в Україні.

Концепція «Fast Casual» бере свій початок в Америці. Перша згадка про такий вид ресторанів була в 1981 році. Однак на той час великою популярністю користувався фастфуд, тому гості не змогли гідно оцінити новий формат, і популярність він набрав тільки останнім часом.

Сьогодні «Fast Casual» – це середнє між фастфудом і рестораном середнього цінового сегмента. В такому закладі гість може смачно поїсти і випити в приємній, ненав'язливій обстановці за невеликі гроші.

Відмінність «Fast Casual» кафе від «Fast Food». Більш стильний інтер'єр – кольори не кричущі, спокійні, що сприяє як швидкому, так і тривалому перебуванню в кафе. Для комфортної посадки використовується красиві, сучасні, зручні меблі. Іноді можна зустріти розсадку за одним великим столом.

Багаторазова посуд – в фастфудах використовується одноразова пластикова та паперовий посуд, щоб відвідувач довго не затримувався за столом і міг взяти їжу з собою і перекусити по дорозі. В закладах «Fast Casual» гість може насолодитися атмосферою закладу, зустрітися з друзями за чашкою кави, попрацювати, тому тарілки тут керамічні.

Різноманітне меню – крім картоплі фрі, бургерів, хот-догів, які часто можна зустріти в закладах швидкого харчування, тут представлена здорова їжа. Варіацій «Fast Casual» існує досить багато, що й визначає склад меню: випічка, м'ясо, салати, риба, вегетаріанські страви.

Свіжі продукти – в «Fast Casual» напівфабрикати не використовуються, всі продукти свіжі і корисні.

Схожість «Fast Casual» кафе та «Fast Food»:

- швидке обслуговування;
- невелика площа;
- відсутність офіціантів.

«Fast Casual» кафе розташовуються в локаціях з великим потоком людей, трафік повинен бути високим, щоб такий ресторанний бізнес був успішним.

«Quick Service Restaurant» – ресторани швидкого обслуговування. Відрізняються обслуговуванням офіціантами за столиками, але основний ухил робиться на те, що відбувається це швидше, ніж в інших ресторанах. У меню представлені ті ж позиції, що і в ресторанах іншого типу, але в обмеженому асортименті.

Ресторани такого рівня працюють на власних напівфабрикатах високого ступеня готовності, за рахунок чого і забезпечують своїм гостям незмінну якість і швидкість обслуговування. Такий формат найбільше підходить для

проведення ділових зустрічей і обідів, найкращі місця розташування – це ділові центри, офісні будівлі.

Демократичні ресторани («Casual Dining») – у цей формат входять усі демократичні заклади, від кафе–кондитерських до барів і нічних клубів.

При створенні ресторану такого класу необхідно знати, на кого він розрахований і в якому місці буде відкритий.

7.2 Особливості стандартів сервісу певних форматів

Сучасні споживачі ресторанних послуг діляться на категорії за своїми перевагами.

«Casual Dining» – в інтер'єрному вирішенні, це синтез елегантного сучасного простору і домашнього затишку, натурального шарму без непотрібної манірності і пафосу.

Відмінність концепту *«Casual Dining»* від різних форматів закладів швидкого харчування:

- високий рівень сервісу;
- унікальний дизайн;
- доступні ціни.

Меню і цінова політика формату *«Casual Dining»* залежить від обраної ідеї просування:

- ціни повинні бути доступними, а якість продукції високою;
- Середній чек у цих закладах варіюється від 100 грн до 300 грн;

Основні варіанти меню:

- національна кухня українська (вареники, галушки, борщ, розсольник, котлети по–київськи);
- грузинська (хачапурі, бадріджані, долму, лобіо, хінкалі);
- італійська (піца, паста, равіолі, мінестроне, ризотто);
- вегетаріанська кухня – салати, крем-суп, фалафелі, кускус;
- випічка – пироги, булочки, хліб;
- кондитерські вироби – торти, тістечка та інші десерти без консервантів, барвників;
- бургери і піца.

Найпопулярніші концепції в форматі *«Fast Casual»*:

- кондитерська;
- кав'ярня;
- пивна;

- стейк–хаус;
- національний ресторан;
- бар;
- ресторан, працюючий на монопродукті та ін.

Вуличний фаст–фуд («Street food») – автобуфети, будь–яка вулична торгівля, що спеціалізується, найчастіше, на монопродукті. Середній чек не перевищує 25 грн.

Поряд із такими точками не організовано місце для споживання купленої продукції, а розраховано так, що покупець забирає весь товар із собою або їсть на ходу.

Негласним правилом вуличного фаст-фуду є «правило однієї руки» – передбачається, що людина, що купила собі їжу в точці «Street food», може тримати її однією рукою, а друга при цьому буде вільна.

Тому скрізь прагнуть створити зручну для цього упаковку.

ЗРГ формату *Street food*:

- «Крошка-Картошка»;
- «Форнетті»;
- «Торіс».

Переваги вуличного фуд-корту:

- доступність та наближеність до великих потоків людей;
- забезпечує постійний прилив споживача (зупинки наземного транспорту, станції метро, паркові зони, ринки та вузи).

Напрями використання формату «Street food» в різних країнах:

- *Австралія* – стейки, ковбаски в хлібі, великі м'ясні пироги;
- *Італія* – піца, фрігіторрі, полента, аранчіні;
- *Китай* – рисові кульки гриль, смажена локшина, страви з яловичини, свинини та курки з локшиною;
- *Німеччина* – каррівурст, донер, ковбаски, фалафель, халумі;
- *США* – гамбургер, сендвіч, хот–дог, такос, тортас, чізкейк, піца, горіхи, панін, картопля–фрі, фалафель;
- *Угорщина* – лангос, штруделі, листкова випічка, овочеві пюре;
- *Франція* – сендвічі з різними начинками, креп, смажені каштани;
- *Японія* – пиріжки таіякі, пельмені з восьминогом (такоякі), удон, соба, локшина рамен;
- *Індія* – рол каті, пані-пурі, картопля соте, бхелпурі, котлети з картопляного пюре, гулаб джамун.



Рисунок 7.1 – Формат «Street food»

«Food Court» («Food Court» з англ. – «ресторанний дворик») розташований на території торгового центру, який об'єднує і включає в себе операторів фаст-фуду.

Особливістю формату «Food Court»:

- організація великої кількості точок харчування в одному місці;
- середній чек не більше 60 грн;
- формат гарантує менші витрати на організацію бізнесу і велику кількість споживачів.

«Fast food» («Fast food» з англ. – «швидка їжа») – підприємства швидкого обслуговування.

Особливості формату «Fast food»:

- покупець робить замовлення, оплачує його і потім отримує;
- підприємства даного формату спеціалізуються на монопродукті;
- пропонують гостям додаткові – спеціальні пропозиції, сезонні меню, новинки;
- середній чек не перевищує 60 грн;
- ці підприємства будуються окремо або є частиною інших будівель, мають торговий зал для відвідувачів, передбачається самообслуговування. (Макдональдс).

Елітні ресторани («Fine Dining») – ресторани преміум класу. Особливості формату «Fine Dining»:

- дорогий інтер'єр, створений кращими дизайнерами за останніми віяннями моди;
- професійний персонал;
- відмінна кухня;
- величезний асортимент напоїв;
- середній чек дуже високий (від 500 грн і вище);

- місцезнаходження – історичні райони центральної частини міста;
- головне в ресторані високої кухні – наявність знаменитого шеф-кухаря, авторська кухня, винна карта з колекційними винами, театралізовані методи подачі страв.

На сучасному ринку елітні ресторани існують більше для престижу, ніж для отримання прибутку.



Рисунок 7.2 – Формат «Fine Dining»

Сімейний ресторан – підприємства харчування для всієї родини. Особливості формату сімейних ресторанів:

- демократичний ресторан з дитячими кімнатами та майданчиками, аніматорами, дитячим меню;
- доброзичлива, родинна атмосфера;
- зручно проводити родинні бенкети і свята;
- середній чек 1200 грн.

Клубний ресторан:

- Lounge/ChillOutCafe (Лаундж кафе), місце для модної молоді та любителів відпочити під музику;
- такий клуб є комфортним Dj-кафе;
- спокійний дизайн налаштовує на відпочинок і приємне спілкування.

Особливість: розслаблюючий і спокійний музичний формат;

- ввечерами виступають початківці і знамениті ді-джеї.

«Event restaurant» – це місце, де можна насолодитись традиційною кухнею і потанцювати під улюблену музику.

Вдень – звичайне міське кафе, а ввечері – креативне місце для проведення різних цікавих заходів: танцювальних шоу, концертів та інших розважальних подій. Подієвий ресторан – це поєднання ресторану, концертного залу і смачної кухні.

Особливості «Event restaurant»:

- сцена;

- танцпол;
- широкий формат (може включати в себе як концерт живої музики, так виступи популярних ді-джеїв).

Vj-cafe – це кафе–ресторан з використанням в інтер'єрі технології мультипроекції на стінах і великою кількістю відеопанелей. Система проєкторів і плазмових панелей розташована так, що людина може бачити відеоряд в будь-якій точці закладу, тому тут можна проводити прямі трансляції спортивних заходів.

Danceclub – це танцювальний клуб демократичного формату з великим основним танцполом, місткістю від 700 осіб. У клубах основний акцент робиться на масові танці, з яскравою шоу-програмою і запрошенням відомих діджеїв, тому особлива увага приділяється устаткуванню, яке забезпечить якісний звук і професійну інсталяцію світлових приладів, мультимедіа та різних спецефектів. Заклад розрахований на велику прохідність, основний дохід приносять вхідні квитки і бар.

Concert club – це клуб, спроектований і оптимізований під проведення живих шоу та концертів,

- багатофункціональний розважальний комплекс, що складається з різних ресторанних і барних зон, об'єднаних великим концертним майданчиком.

Клуб оснащений першокласним звуком, має велику сцену і весь необхідний комплект обладнання для проведення живих концертів. Ресторан працює щодня, вечірки проходять по четвергах, п'ятницях, суботах і неділях. Концертні заходи проходять по п'ятницях, суботах і святкових днях. Концерти не мають суворої прив'язки до музичного, вечірки проводяться мультимедіа.

Luxuryclub – це заклад розрахований на вузьку категорію людей. Дорогий нічний клуб, який розрахований на багатих і відомих особистостей, політиків, богему. Відмінною рисою клубу є унікальний красивий і дорогий інтер'єр, виконаний в гламурному стилі. Мультимедіа, звук і світло найвищої якості.

У клубі завжди виступають кращі ді-джеї, танцівниці і танцюристи, відомі виконавці західних країн, проходять дефіле та презентації люксових брендів.

Afterpartyclub – це клуб, в якому основне дійство починається з двох або трьох годин ночі, пік припадає на 5–7 ранку. Діє жорстка система клубних карт. Вечорами і ночами переважно проходять корпоративні та приватні заходи. Режим роботи даних закладів – субота і неділя з 3.00 до 12.00.

7.3 Заклади формату «Free Flow» і їх адаптація на вітчизняному ринку ресторанної продукції

«Free flow» («Free flow» від англ. – вільний доступ). Цей формат має на увазі вільне переміщення гостей торговим залом із можливістю самостійного вибору страв, що готуються в їх присутності. Середній чек до 80 грн.

Відмінні особливості формату «Free flow»:

- великий асортимент;
 - демократичні ціни;
 - велика пропускна спроможність;
 - наявність відкритої кухні, приготування страв на очах у відвідувачів;
 - принцип самообслуговування;
- широкий вибір пропонованих страв.

Приготування страв в закладах формату «Free flow» перетворене на захоплююче кулінарне шоу.

Цей формат відрізняє максимально демократична система роботи із споживачем і відсутність роздачі, що дає можливість споживачам не вистоювати чергу і проходити всю асортиментну лінійку.

Завдяки окремим «острівцям» із стравами різних кухонь і вартістю навіть при великій кількості відвідувачів вдається уникнути довгої черги.

Для збільшення асортименту вводяться сезонні страви та святкові страви.

Такий демократичний заклад розрахований на відвідувачів з різними рівнями доходів, а також кулінарними уподобаннями.

При організації концепції «Free flow» необхідно продумати:

- дизайн;
- планування простору;
- кількість посадочних місць;
- технічне оснащення.

Успішність концепції залежатиме від атмосфери закладу і якості пропонованої продукції.

7.4 Особливості організації закладів ресторанного господарства відкритої форми виробництва «Front cooking»

Організація відкритого виробництва «Front cooking» у закладах ресторанного господарства поширюється на виготовлення певних видів страв (зазвичай фірмових страв закладу) у спеціально облаштованій зоні. Створення інноваційних технологій організації виробництва «Front cooking», як

унікальний випадок процесу змін, відображається за такими формами: виробництво за склом, трансляція відеозапису вказаного виробництва, організація відкритої зони «Front cooking» безпосередньо в залі ресторану. Найдосконалішим способом відкритості процесу виробництва є трансляція приготування страв на моніторі, встановленому в торговельному залі ресторанного закладу. За форми відкритої зони в торговельному залі встановлюють модуль обладнання, на якому здійснюють приготування страв в присутності відвідувачів, або ж за їх участю. Поширеними видами обладнання, які встановлюють в торговельному залі для приготування їжі є такі: гриль, елементи модульної кухні, тандит, тепан-столи тощо.



Рисунок 7.1 – Відкрита кухня («Front cooking»)

Створити можливість відвідувачам ресторану спостерігати за процесами приготування асортименту страв можна також в інший спосіб. Форма організації виробництва за типом «Front cooking» вважається найбільш складною. Однак, основна її перевага, яка полягає в тому, що гості можуть спостерігати за приготуванням їжі та самостійно пересвідчуватися в якості продукції, є домінуючою. Разом з цим, використовуючи форму організації виробництва за типом «Front cooking», керівництво ресторану має змогу в оперативному порядку вносити зміни у виробничу програму, застосовувати новітні технології тощо. Зацікавленість гостей до демонстрацій кулінарних шедеврів сприяє активному розвитку кулінарних шоу. В організаційному контексті кулінарне шоу є однією з форм відкритої кухні і окремим визначеним напрямом діяльності – кулінарною анімацією. Практичний досвід організації кулінарних шоу підтверджує розвиток організаційних аспектів, поглиблення змісту тематичного спрямування та поєднання всіх видів спеціалізації. Цей вид організації виробництва кулінарної продукції можна використовувати під час

виїзного кейтерингового обслуговування, де є можливість участі гостей в розробці власних рецептів закусок, салатів, міксів та фрешів.

7.5 Організація відкритої кухні в формі тепан-шоу та шоу-кукінг

Тепан-шоу об'єднує в собі відразу кілька понять – це одночасно і спосіб розсадження гостей в ресторані (навколо столу), і технологія приготування їжі (швидке обсмажування), і справжнє кулінарне шоу.

Тепан-шоу – це молодий напрям. Сам пристрій – залізний «стіл», що підігрівається вугіллям, почав використовуватися не більше 200 років тому селянами, які смажили на ньому рибу. У сучасному ж вигляді тепан-шоу з'явилися тільки після Другої світової війни.

Тепан-шоу родом з Японії. У 1945 році власник крихітного ресторанчика «Місон» в місті Кобе префектури Хіого першим став використовувати тепан на своїй кухні, щоб вразити американських солдатів, які вже на той час трохи втомилися від традиційної японської кухні. Тепан-шоу так сподобався іноземцями, що до сьогоднішнього дня «Місон» з маленького провінційного ресторанчика перетворився в мережу кращих тепан-шоу ресторанів в світі.

Тепаньякі – стиль приготування їжі, що полягає в тому, що кухар готує продукти на широкій залізній сковороді теплані поруч з гостями, що обідають, після чого гаряча страва відразу потрапляє в тарілки.

«Шоу-кукінг» – видовищне приготування при гостях.



Рисунок 7.2 – Формат «тепан-шоу»

7.6 Особливості сучасного надання послуг із кейтерингу

Даний формат на вітчизняному ринку ресторанного господарства бурхливо почав розвиватися в 90-х роках ХХ століття. Назва «кейтеринг» (від англійського дієслова «cater», що в перекладі означає «постачати провізію», «обслуговувати споживачів», та словосполучень «public catering» – ресторанне

господарство). Зміст даної інновації полягає у виведенні на ринок нового типу закладів ресторанного господарства, призначених для приготування і постачання готової їжі й організації обслуговування споживачів в інших місцях за спеціальними замовленнями. Однією з головних переваг є мобільність – можливість проведення бенкету не лише в приміщенні замовника або закладу ресторанного господарства, а й в будь-якому іншому місці: на зеленій галявині, морському березі, в стародавньому замку, заміському особняку, на теплоході і т.д.

Традиційно послуги з кейтерингового обслуговування розвиваються в трьох основних напрямках – кейтеринг у приміщенні, поза приміщенням і контракт на доставку. Кейтеринг в приміщенні. Виїзне ресторанне обслуговування корпоративних заходів, бенкетів, фуршетів, весільних урочистостей та інших святкових заходів. Мабуть, це далеко не повний перелік видів послуг, які об'єднує поняття – кейтеринг у приміщенні. До того ж, завжди слід враховувати тематичну спрямованість події, для якого замовляють виїзне обслуговування. Ресторан кейтерингового обслуговування може запропонувати свої, розроблені професіоналами, сценарії проведення свят. Наприклад, корпоративний банкет з нагоди ювілею фірми буде витриманий в урочистому стилі і відповідно оформлений і обслужений, а новорічний кейтеринг подарує бурлеск фарб, веселощів і масу спогадів в очікуванні наступної корпоративної новорічної вечірки. Організація фуршетів, які, як правило, замовляють на відкриття виставок, презентації, підписання договорів або зустріч іноземних партнерів, вимагає зовсім іншого підходу і виконання від співробітників виїзного ресторану. Кейтеринг поза приміщенням. Якщо виїзне ресторанне обслуговування в приміщеннях це вже давно є широко відомою споживачеві послугою, то кейтеринг поза приміщенням став дуже популярним, лише в останні роки. Все більше керівників великих і малих фірм і організацій стали усвідомлювати важливість неформального корпоративного відпочинку на природі для зміцнення згуртованості колективу.

Кейтеринг – оператори тут готові прийти на допомогу і організувати виїзне обслуговування пікніків і барбекю, запропонувавши при цьому не тільки доставку і приготування продуктів, а й цікаву веселу програму – ігри, конкурси та інші розваги. Втім, послугою кейтерингу поза приміщенням користуються не тільки юридичні організації, а й приватні особи. У літній час досить часто на природі організовують весільний банкет, виїжджають відзначити День народження або будь-яку подію в житті сім'ї, наприклад, хрещення малюка або ювілей спільно життя. Контракт на доставку. Цей вид кейтерингу розпочинався з доставки готових обідів з харчоблоків у шкільні їдальні, лікарні,

дитсадки та інші соціальні заклади. Нині багато керівників підприємств і комерційних фірм, зрозумівши значимість «мотивації персоналу» для ефективної роботи колективу, також укладають угоди на доставку готових обідів і ланчів до своїх офісів. Також, останнім часом досить популярним є VIP– кейтеринг, який передбачає виїзне ресторанне обслуговування із залученням висококваліфікованих кухарів, офіціантів і використання найсучасніших кейтеринг–технологій. У приміщенні замовника і під його наглядом здійснюються обробка продуктів і приготування страв. Даною послугою передбачається супроводження працівниками закладу замовника в його тривалих турне.

Кейтеринг напоїв і коктейлів (виїзний бар) – послуга виїзного бару є активною самостійною складовою у проведенні святкових заходів, або повноцінно супроводжує кейтеринг бенкет. Виїзний бар – це, передусім, наявність на заході безпосередньо бару, а саме: мобільної, збірної конструкції, яка дозволяє організувати повноцінний процес приготування коктейлів. Також передбачається наявність необхідного барного обладнання, інвентарю, посуду, доставка на місце проведення алкоголю, соків, напоїв, фруктів, льоду і т. д., необхідних для приготування коктейлів. Обслуговування здійснюється барменами через барну стійку. Основні переваги від впровадження кейтеринг-формату у ресторанному господарстві для виробників: Відносно нова ніша на ринку ресторанного господарства, а тому є перспективні можливості для зростання. Можливість застосування гнучкої цінової політики. Зовсім не обов'язкова наявність торгових зал, а отже немає необхідності щодо їх утримання, і, як наслідок, скорочуються пов'язані з цим витрати. Основні переваги від впровадження кейтеринг-формату у ресторанному господарстві для споживачів: Нові можливості при задоволенні потреби в організації бенкетів, фірмових прийомів, ділових зустрічей, весіль та інших свят. Підвищення рівня сервісу з організації харчування на пасажирському транспорті. Доставка їжі в офіси та інші заклади, де працюють малочисельні колективи.

Технологія «Event catering» – форма організації виїзного банкетного обслуговування з доставкою їжі на місце проведення обслуговування або приготування/регенерація страв на місці обслуговування на мобільному тепловому обладнанні.

Корпоративний кейтеринг – організація харчування колективів шляхом доставки напівфабрикатів і готової продукції громадського харчування та його розподіл дома.

ТЕМА 8 СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОФОРМЛЕННЯ МЕНЮ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА: ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

План

8.1 Сучасні види меню, їх стиль та оформлення.

8.2 Інноваційні підходи до створення меню.

Джерела:

1. Архіпов В. В. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства : навч. посібник / В. В. Архіпов, В. А. Русавська. – Київ : Центр учбової літератури, 2012. – 342 с.

2. Влащенко Н. М. Інноваційні технології у ресторанному, готельному господарстві та туризмі : навч. посібник / Н. М. Влащенко ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. – 373 с.

3. Мостова Л. М. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства : навч. посібник / Л. М. Мостова., О. В. Новікова. – Київ : Ліра-К, 2012. – 388 с.

4. Новікова О. В. Організація харчування та обслуговування туристів на ПРГ: навч. посібник / О. В. Новікова. – Харків : Світ книг, 2014. –109 с.

5. П'ятницька Н. О. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства: навч. посібник / О. Н. П'ятницька. – Київ: Центр учбової літератури, 2012, с. 75–85.

8.1 Сучасні види меню, їх стиль та оформлення

Меню – це перелік страв і напоїв, рекомендованих споживачам. Цей термін як короткий і найзручніший широко використовується у вітчизняних закладах ресторанного господарства. В інших країнах застосовується термін «карта». Його перейняли також вітчизняні заклади ресторанного господарства: карта вин, карта сигар, карта кальянів тощо. Меню є візитною карткою закладу, тому папка з меню має бути красиво і добротно оформлена. Воно має узгоджуватися із загальною концепцією закладу ресторанного господарства. Оскільки концепція базується на очікуваннях споживачів, то меню повинно не тільки задовольнити, а навіть перевершити їх очікування.

Винною картою називають папку, в якій містяться назви пропонованих споживачам вин. В залежності від описаних у карті позицій вин можуть використовуватися також інші назви: «винний листок», «винна книга».

Винна карта є одним із найважливіших критеріїв, за яким визначають рівень (клас) закладу ресторанного господарства.

До розробки і створення меню слід підходити творчо, тоді воно не тільки інформуватиме споживачів про наявність страв та напоїв, а й спонукатиме до більшого замовлення, тобто впливатиме на прийняття рішення про покупку, перетворюючись таким чином на елемент реклами закладу ресторанного господарства.

Зміст меню залежить від типу закладу ресторанного господарства. Його розробка вважається складною справою, тому що має бути враховано багато чинників: вид і кількість продуктів, які мають використовуватися для приготування страв, що, в свою чергу, впливає на визначення виду і кількості обладнання та розміру виробничих приміщень для його розміщення, чисельності та кваліфікації працівників, рівня їх професіоналізму, а також вибору форми обслуговування. Наприклад, обслуговування готовими стравами з подачею в одно- або багатопорційному посуді чи з безпосереднім приготуванням страв у залі тощо. Крім того важливе значення має цінова політика, необхідність враховувати харчову цінність страв і раціон харчування людей різного віку та професійної зайнятості.

При складанні меню слід керуватися ДСТУ 4281:2004 Заклади ресторанного господарства.

На першому етапі складання меню розробляють асортимент страв і напоїв, що містить традиційні, нові і фірмові страв. При цьому необхідно постійно слідкувати за уподобаннями споживачів, вивчати попит на страви і вносити зміни в меню.

На другому етапі необхідно визначити, які страви слід виділити в меню. Для привернення уваги до страви потрібно помістити її назву з фотографією і рекламним текстом у найвигіднішому місці її меню. Гарна реклама страви збільшує об'єм її продажів.

На третьому етапі здійснюють аналіз страв, включених у меню, на популярність і прибутковість.

За способом складання розрізняють меню: з вільним вибором страв, денного раціону харчування (різновид – меню скомплектованого обіду, сніданку або вечері), банкетне. За контингентом споживачів виділяють меню дитячого і дієтичного харчування.

При складанні меню необхідно враховувати такі фактори:

- приблизний асортимент страв, напоїв і виробів;
- наявність сировини і продуктів на складі;
- сезонність продуктів;
- наявність стандартів приготування страв (збірників рецептур, техніко-технологічних карт на нові і фірмові страви);
- особливості контингенту, що обслуговується (вікові, національні, професійні, релігійні);
- час обслуговування (сніданок, обід, вечеря);
- форми обслуговування, які рекомендуються для даного контингенту споживачів (бізнес-ланч, шведський стіл, сімейний обід та ін.);
- трудомісткість страв, кулінарних і кондитерських виробів;
- спеціалізація кухні стосовно конкурентів;
- передбачуваний рівень прибутку;
- витрати на придбання продуктів, оренду приміщень, заробітну плату персоналу;
- режим роботи підприємства.

Меню має бути різноманітним за видами сировини (рибні, продукти моря, м'ясні, з птиці, дичини, овочеві, круп'яні, яєчні, молочні, борошняні) і способами кулінарної обробки (відварні, припущені, смажені, тушковані, запечені).

Страви, внесені в меню, повинні бути в наявності протягом усього часу роботи залу. При складанні меню комплексного, сімейного обіду або бізнес-ланчу необхідно передбачити чергування страв по днях тижня.

У ресторані меню складає завідувач виробництва за участі метрдотеля, потім калькулятор розраховує продажні ціни на страви і передає меню директору для затвердження.

При складанні меню для підприємств ресторанного господарства різних типів необхідно дотримуватися правил розміщення закусок і страв з урахуванням послідовності їх подачі. У меню включають такі групи страв: холодні страви і закуски, гарячі закуски, супи і другі страви, солодкі страви, гарячі і холодні напої, борошняні кулінарні і кондитерські вироби.

Кількість найменувань кожної групи страв встановлює підприємство ресторанного господарства, виходячи зі спеціалізації виробництва і побажань споживачів.

На першій сторінці меню наводиться спеціальна пропозиція страв від шеф-кухаря або страв даного дня, потім перелік фірмових страв, перелік їх у порядку черговості їх подачі.

До основних видів меню, які використовуються в ресторанах, належать: меню з вільним вибором страв, меню комплексного обіду, меню бізнес-ланчу, меню недільного ранчу, меню денного раціону, меню вегетаріанське, пісне, сезонне, банкетне, меню тематичних заходів (Різдво, Новий Рік, Тетянин день, День Святого Валентина, Масляна та ін.).

У міжнародній практиці прийнято розрізняти такі види меню:

- **а-ля карт** – пропонує вибір в кожному виді страв, причому кожна страва оцінюється окремо. Страви з такого меню, вибрані відвідувачами, готуються на замовлення. Цей вид меню використовується в дуже дорогих ресторанах з вказівкою індивідуальної ціни на кожен порційну страву;

- **табльдот** – пропонує невеликий асортимент страв і оцінюється загальною сумою з розрахунку на одну людину за все меню. Типовий приклад — бізнес-ланч за помірними цінами, до складу якого входять три-чотири найменування страв. Відвідувач платить встановлену ціну за весь обід або сніданок. Меню типу табльдот популярні в святкові дні;

- **дю жур** – меню чергових (денних) страв, складається для швидкого обслуговування споживачів, які не мають достатньо часу на обід. В даний вид меню входять страви популярні та дешеві, нескладні в приготуванні і зручні для реалізації;

- **фірмове меню** – каталог шеф-кухаря. Сюди включають дорогі ексклюзивні страви, рецепти приготування яких відомі, як правило, тільки в цьому ресторані;

- **туристське меню** – формується спеціально для туристів з акцентом на невисоку ціну страв;

- **а-ля парт** – гості роблять попереднє замовлення і обслуговуються в певний проміжок часу. Застосовується в готелях;

- **шведський стіл** – широкий вибір страв з вільним доступом, цей метод обслуговування збільшує пропускну спроможність залу, прискорює процес обслуговування;

- **циклічне меню** – група меню за певний період часу. Цей тип меню в основному використовується в стаціонарних установах, наприклад, у лікарнях, санаторіях. Циклічне меню має на меті урізноманітнити асортимент страв, гарантувати повноцінність харчування цілого колективу людей для збереження їхнього здоров'я;

Меню скомплектованих обідів – широко застосовується при масовому обслуговуванні в денний час. Служить засобом залучення до ресторану додаткових контингентів відвідувачів, оскільки ціна комплексного обіду, як

правило, має невелику знижку і заокруглене значення, що зручно при остаточному розрахунку;

Меню денного раціону – складається в ресторанах для учасників з'їздів, конференцій, а також для раціонального харчування певного постійного контингенту споживачів: школярів, учнів технічних училищ, студентів, робітників. Особливо актуальним меню денного раціону є для ресторанів при готелях. Харчування, пропоноване за цим меню, може бути двох-, трьох- і чотирьохразовим. При складанні цього виду меню враховують вартість раціону, особливості обслуговуваного контингенту (вік, національність, професія та ін.) і сучасні вимоги раціонального харчування. При підборі страв беруть до уваги калорійність, правильне поєднання продуктів за змістом білків, жирів, вуглеводів, вітамінів і мінеральних речовин;

Меню банкетів – відрізняється від інших тим, що в його складанні активну участь бере замовник. Меню банкету складається у кожному конкретному випадку при прийомі замовлення на банкет з урахуванням його вигляду, форми обслуговування і побажанні замовника. Виходячи з виду банкету меню може бути для банкету за столом з повним обслуговуванням офіціантами або з частковим обслуговуванням офіціантами, для банкету-фуршету, коктейлю, чаю, а також для тематичних банкетів.

Меню банкету-сніданку, наприклад, може включати декілька холодних закусок, одну гарячу закуску, для банкету-обіду – суп, одну-дві другі гарячі страви (з риби, м'яса, птиці, овочів), десертну страву, фрукти, каву або чай. До меню банкету-вечері входять: салат-коктейль з крабів, бутерброди із зернистою ікрою осетрових і лососевих риб, сьомга з лимоном і маслинами, шинка в желе, паштет з курки, натуральні овочі, гриби, запечені в сметані, філе, приготовлене на ґратах, морозиво, наразан, шампанське.

До **меню банкету-обіду** можуть включатися вина (сухі, напівсолодкі, кріплені), міцні спиртні напої (горілка, коньяк) в невеликих кількостях, що відіграють роль аперитиву, тобто збуджують апетит, а також різні соки (апельсиновий, томатний, виноградний, вишневий).

При **частковому обслуговуванні офіціантами** асортимент холодних закусок може бути ширшим, але з розрахунку 1/2, 1/3 або 1/4 порції на людину, гаряча закуска, друга гаряча страва, десерт, фрукти, гарячі напої. Подібні меню доречні для проведення весілля, дня народження, організації ювілею та інших свят. Кількість страв і напоїв враховують з розрахунку на кожного споживача.

Меню для спеціальних видів обслуговування (зустріч Нового року, Різдво, весілля) складається зі страв національної кухні: млинців з маслом або

сметаною, вареників із сиром, галушок; всіляких юшок; котлет по-київськи, м'яса, що тушкується в горщику; солодких короваїв; медових напоїв тощо.

До меню включають також вина і винно-горілчані вироби, безалкогольні напої, пиво, тютюнові вироби, а іноді і деякі кондитерські вироби (на весілля обов'язково коровай та весільний торт).

Меню з вільним вибором страв застосовують у ресторанах. У меню включають страви від шеф-кухаря, фірмові, холодні страви і закуски, перші і другі страви, солодкі страви, гарячі і холодні напої, борошняні кулінарні і кондитерські вироби.

Меню містить таку інформацію: вихід страви (г), її найменування і ціну. Для салатів і страв, що готуються разом з гарніром і соусом, наприклад салат по-шопськи, лобстер фарширований, яловичина запечена по-монастирськи, вихід вказують однією цифрою. Для страв, що відпускаються з гарніром і соусом, вихід вказують дробовим числом (основний продукт, соус, гарнір), для тих, що відпускаються зі складним гарніром, вказують масу кожного виду гарніру.

Меню комплексного обіду ресторану включає холодну закуску, першу і другу страви, десерт і напій, хлібо-булочні вироби. При складанні меню комплексного обіду враховують норми раціонального харчування, вартість раціону, різноманітність і правильний підбір продуктів, що входять у страви.

Меню бізнес-ланчу складають у ресторані для швидкого обслуговування споживачів у спеціально відведений час (понеділок – п'ятниця з 12-ї до 16-ї години). Відвідувачу пропонують вибір з 3–4 найменувань холодних закусок, 2–3 супів, 4–5 других страв, 1–2 солодких страв, гарячих і холодних напоїв – 2–3 найменування, хлібо-булочні вироби. Меню бізнес-ланчу змінюється щотижня, але вартість його залишається постійною. У нього включаються страви із меню ресторану з вільним вибором страв, але їх ціни нижчі, ніж при індивідуальному замовленні. Вартість бізнес-ланчу заздалегідь визначена.

Меню недільного бранчу призначено для обслуговування населення сімейними обідами у вихідні дні з 12-ї до 16-ї години. У ресторанах в меню недільного бранчу включають шведський стіл з різноманітним асортиментом закусок і страв. Окремо організовують десертний, фруктовий і чайний столи. Вартість бранчу заздалегідь визначена, до неї включають келих вина або шампанського.

Меню денного раціону складають для учасників нарад, конференцій, симпозіумів. Воно може бути з вільним вибором страв або заздалегідь скомплектованим (сніданок, обід, вечеря). Останнє складають з урахуванням планованої вартості харчування на день і калорійності денного раціону (від 2 000 до 5 000 ккал).

До меню сніданку включають натуральний сік або кисломолочний продукт, масло вершкове, холодну закуску, гарячу страву нескладного приготування, гарячий напій, джем, борошняний кондитерський виріб, хліб або тост.

Меню обіду включає закуску, першу і другу страви, десерт, гарячий або холодний напій, хліб. При складанні меню враховують калорійність раціону. Якщо до нього включена легка овочева закуска, то перші і другі страви повинні бути більш калорійними.

Меню вечері включає закуску, гарячу страву, солодку, напій і хліб. Вечеря – це останній прийом їжі. Тому в неї входять добре засвоювані страви з відварних і припущених риби, птиці, овочів. На десерт рекомендують натуральні фрукти і неміцний гарячий напій (чай з лимоном та ін.).

Вегетаріанське, пісне, сезонне меню ресторанів, що спеціалізуються на приготуванні страв української кухні, передбачає включення в основне меню розширеного асортименту млинців у дні святкування Масниці або вегетаріанських (пісних) страв під час християнських постів. У деяких ресторанах української кухні пісне меню розробляється окремо від основного і включає різноманітний асортимент страв.

Банкетне меню складають при прийманні замовлення з урахуванням побажань замовника, виду банкету і часу його проведення.

До меню банкету включають більш різноманітний асортимент холодних закусок з розрахунку 1/2, 1/3 або 1/4 порції на людину, одну гарячу закуску, 1–2 гарячі страви, десерт, фрукти, гарячі напої. Таке меню складають для весілля, дня народження, ювілею та інших торжеств.

Меню тематичних заходів складають для зустрічі Різдва, Нового року, 8 Березня, Дня Святого Валентина, з урахуванням національних традицій, яких дотримуються у кожній країні. Так, у меню різдвяної і новорічної вечері включають страви, приготовлені цілими: гусак, качка, індичка, порося фаршировані. У меню традиційного свята Масниці входить різноманітний асортимент млинців з ікрою, малосоленою рибою, олією, сметаною, медом, варенням і т. д.

Комерційна інформація, яка міститься в меню: адреса підприємства, номер його телефону, режим роботи, особливості кухні, перелік додаткових послуг, їх вартість, умови резервування місць. Інформація може бути доповнена цікавою історичною довідкою про підприємство або окремі страви. Наприкінці меню дається інформація про порядок оплати послуг.

В **обмеженому меню** зменшується не тільки асортимент основних страв, а й закусок, напоїв, тому воно має також іншу назву – меню вузького асортименту.

Таке меню використовується у закладах швидкого обслуговування, а також в спеціалізованих закладах ресторанного господарства: закусочній (пиріжковій, млинцевій тощо), кафе (кафе-морозиво, кафе-кондитерська). Зменшення асортименту страв у меню має певні переваги: автоматично звужується перелік продуктів, необхідних для приготування страв. Працівники значно швидше і краще засвоюють прийоми і методи роботи. Завдяки цьому легше підготувати допоміжний персонал, запам'ятати особливості приготування та подавання страв.

Обмежене меню знижує собівартість приготування страв внаслідок зменшення спеціального обладнання, виробничих і складських приміщень. Недоліком його є одноманітність, що негативно впливає на попит споживачів.

У підгрупу **динамічного меню** в складі меню вільного вибору включається меню страв масового приготування і меню окремого дня. Особливістю меню вільного вибору страв масового приготування є те, що до його складу входять страви, заздалегідь виготовлені партіями. Таке меню складають у кафе (неспеціалізованих), їдальнях – як загальнодоступних, так і соціально орієнтованих.

Причому останні можуть використовувати як меню вільного вибору, так і скомплектованого, тобто застосовують комбіноване меню. Воно може змінюватися циклічно або динамічно (частіше, ніж циклічне).

Завдяки **циклічному меню** вдається досягти різноманітності страв. Періодичність їх повторюваності може бути різною: одні страви (найбільш вживані) повторюються через один-два дні, інші – через два-три тижні тощо. Важливими перевагами цього меню є можливість внаслідок циклічної повторюваності страв швидко освоювати технологію їх приготування, а також накопичувати інформацію про їх популярність, що значно полегшує планування і прогнозування чергування.

Основною особливістю **меню окремого дня** є значна змінюваність асортименту страв. У нього включають чергові страви. Таке меню, як правило, складається щодня, тобто може задовольнити навіть постійних клієнтів, забезпечити використання продуктів, які характерні для відповідного сезону. В той же час необхідно мати добре підготовлений і досвідчений персонал, у тому числі шеф-кухаря, який має бути передусім творчою особистістю. Споживачі, які постійно відвідують даний заклад харчування, в основному роблять це заради шеф-кухаря, який може запропонувати авторські страви в найкращому виконанні.

В групу **скомплектованого меню** входять меню комплексного обіду (сніданку, вечері), які передбачають включення до його складу як основних, так

і додаткових страв, загальна вартість яких чітко фіксована. Це дає можливість організувати харчування за абонементом в соціально орієнтованих підприємствах, чи з попередньою оплатою раціону харчування в ресторані готелю (в основному туристів), чи реалізувати страви не тільки із меню вільного вибору, а й комплексного обіду в закладі швидкого обслуговування. Як правило, комплексний обід в цьому закладі коштує дешевше, ніж такий же набір страв, вибраний споживачем із меню вільного вибору, що підвищує його привабливість.

Страви в меню закладів швидкого обслуговування включають з різним виходом: великі й малі порції, що створює більше зручностей споживачам.

Меню загального столу (table d'hôte) складає шеф-кухар ресторану з урахуванням принципів раціонального харчування та традицій і вимог до формування меню сніданку, обіду чи вечері. Страви, що входять до його складу, реалізують за фіксованими цінами. Споживач не може вносити зміни в меню, до складу якого входить 4–7 різних страв. Згідно з цим розробляється окрема програма подавання обіду персоналом. Це меню належить до розряду змінного, що дозволяє забезпечити потреби споживачів, які протягом певного часу або постійно користуються послугами ресторану. Воно має також ознаки, характерні для меню денного раціону харчування.

Меню денного раціону харчування складається згідно з вимогами раціонального харчування певного постійного контингенту споживачів: школярів, учнів професійно-технічних навчальних закладів, відпочиваючих у санаторіях тощо. Для забезпечення різноманітності харчування страви в меню протягом тижня не повторюються або чергуються через один-два тижні, у зв'язку з чим воно має назву циклічного. У цьому випадку чергуються кілька стандартних меню.

Розглянуті види меню зустрічаються рідше, більшого поширення набуло комбінування різних видів меню. Наприклад, порційного меню і меню окремого дня, обмеженого меню вільного вибору і комплексного обіду тощо.

Прейскурант – це перелік алкогольних напоїв, пива, води, фруктів, кондитерських і тютюнових виробів із зазначенням ціни.

У прејскуранті алкогольні напої розміщують у такому порядку: горілка, горілчані вироби, виноградні вина (кріплені, столові, напівсолодкі, десертні), шампанське, коньяки, лікери, мінеральні і фруктові-ягідні води, пиво. Алкогольні напої, що не втрачають своїх смакових якостей, продають на розлив, тому в прејскуранті вказують їх ціну за всю пляшку і за 100 г. Прејскурант підписують директор підприємства, буфетниця, бухгалтер,

калькулятор. Все це вкладають у художньо оформлену папку і додають до меню.

Порядок страв у меню з вільним вибором для більшості підприємств такий:

- фірмові страви;
- холодні закуски (рибні, м'ясні, овочеві);
- супи (бульйони без гарнірів, бульйони з гарнірами, пюреподібні, заправочні і сезонні);
- рибні страви (відварні, припущені, смажені, запечені);
- м'ясні страви (натуральні, соусні, рублені);
- страви з птиці;
- овочеві, борошняні і яєчні страви;
- солодкі страви (чай, кава і т. ін.);
- кондитерські вироби, фрукти.

У спеціалізованих підприємствах порядок страв змінюється.

Порядок розробки меню. Вимоги до оформлення меню

Відповідно до типу і класу закладу ресторанного господарства розробляється асортиментний перелік страв та напоїв, який при відкритті закладу погоджується з територіальними органами санітарно-епідеміологічного контролю.

При розробці меню враховують також контингент споживачів, наявність продуктів, сезон, трудомісткість приготування страв, кваліфікацію кухарів, наявність обладнання, посуду, інвентарю, вартість харчування тощо.

За розробку меню відповідає завідувач виробництва. У дієтичній їдальні до цієї роботи залучається лікар-дієтолог. У формуванні асортименту страв та напоїв можуть брати участь шеф-кухар, інженер-технолог. Розроблене меню підписують директор підприємства, завідувач виробництва, бухгалтер (калькулятор, відповідальний за ціну страви).

У меню вільного вибору вказують повну назву страви або напою та ціну.

В соціально орієнтованих закладах зазначають також вихід однієї порції. Страви в меню записують у такій послідовності:

1. Холодні страви та закуски.

- 1.1. Рибні із гастрономічних продуктів.
- 1.2. Рибні власного приготування.
- 1.3. Із нерибних продуктів моря.
- 1.4. Овочі натуральні.
- 1.5. Салати.
- 1.5.1. Рибні.

- 1.5.2. М'ясні.
- 1.5.3. Овочеві
- 1.6. М'ясні з гастрономічних продуктів.
- 1.7. М'ясні власного приготування.
- 1.8. Із птиці (гастрономія, консерви).
- 1.9. Із птиці власного приготування.
- 1.10. Із субпродуктів (гастрономія, консерви).
- 1.11. Із субпродуктів власного приготування.
- 1.12. З овочів (консерви).
- 1.13. З овочів власного приготування.
- 1.14. Грибні.
- 1.15. Із яєць.
- 1.16. Сири.
- 1.17. Масло вершкове.
- 1.18. Із кисломолочних продуктів.

2. Гарячі закуски.

- 2.1. Рибні.
- 2.2. М'ясні.
- 2.3. Із птиці.
- 2.4. Із субпродуктів.
- 2.5. Овочеві, грибні.
- 2.6. Яєчні.
- 2.7. Борошняні.

3. Перші страви.

- 3.1. Прозорі.
- 3.2. Заправлені.
 - 3.2.1. Рибні.
 - 3.2.2. М'ясні.
 - 3.2.3. Овочеві.
- 3.3. Пюреподібні.
- 3.4. Молочні.
- 3.5. Холодні.
- 3.6. Солодкі.

4. Другі страви.

- 4.1. Рибні (відварені, припущені, смажені, тушковані, запечені).
- 4.2. М'ясні (відварені, припущені, смажені, тушковані, запечені).
- 4.3. Із птиці (відварені, припущені, смажені, тушковані, запечені).
- 4.4. Із субпродуктів.

- 4.5. Овочеві.
- 4.6. Борошняні.
- 4.7. Круп'яні.
- 4.8. Яєчні.
- 4.9. Із сиру селянського.

5. Солодкі страви.

- 5.1. Гарячі (пудинг, суфле, каша гуріївська).
- 5.2. Желе, муси.
- 5.3. Компоти.
- 5.4. Киселі.
- 5.5. Креми, збиті вершки.
- 5.6. Морозиво.
- 5.7. Плоди та ягоди свіжі.

6. Напої.

- 6.1. Чай.
- 6.2. Кава.
- 6.3. Какао, шоколад.
- 6.4. Молоко та кисломолочні продукти.
- 6.5. Холодні напої та соки.

7. Гарніри.

- 7.1. Овочеві.
- 7.2. Круп'яні.
- 7.3. Із макаронних виробів.

8. Кондитерські та хлібобулочні вироби.

- 8.1. Булочки.
- 8.2. Пиріжки.
- 8.3. Тістечка.
- 8.4. Пісочні.
- 8.5. Заварні.
- 8.6. Листові.
- 8.7. Кекси.

В їдальні у меню вільного вибору включають невеликий асортимент усіх перерахованих вище груп страв. У ресторані реалізують широкий асортимент страв, до складу яких входять вищеназвані групи. При складанні меню слід проаналізувати кількість реалізованих страв певних найменувань за минулі дні з тим, щоб виявити ті, що не користуються попитом, та замінити їх.

Якщо у закладах ресторанного господарства готують фірмові страви, в меню їх записують першими. У спеціалізованих підприємствах і кафе першими

записують вироби, що визначають тип даного закладу: в кафе спочатку вказують гарячі та холодні напої власного виробництва, солодкі страви, потім – усі інші; їх небагато і характеризуються вони простотою приготування. Проте в деяких спеціалізованих кафе (кафе-морозиво, кафе-кондитерська тощо) інші страви не реалізують. У вузькоспеціалізованих підприємствах в основному представлені страви, що визначають спеціалізацію закладу, а також ті, що доповнюють основний асортимент.

Меню денного раціону харчування складають для робітників, службовців, студентів, школярів, відпочиваючих у санаторіях, будинках відпочинку, дитячих таборах, туристів, учасників з'їздів та конференцій, спортсменів. При складанні меню для споживачів за місцем роботи, відпочиваючих у санаторіях і будинках відпочинку слід враховувати норми споживання продуктів харчування, для іноземних туристів – національні смаки та звички.

Важливою складовою раціонального харчування є режим і правильний розподіл добового раціону.

При роботі в гарячих цехах потреба організму в харчових речовинах змінюється. У перерві між роботою працівники споживають невелику частину добового раціону: при чотириразовому харчуванні – 10–5 %, при триразовому – 20–25 %. Основне споживання їжі (40–45 %) переносять на період дня, вільний від роботи: 1–1,5 год після роботи (перша зміна) чи до роботи, не раніше ніж за 1–1,5 год. при роботі в другу чи третю зміни.

Для дітей шестирічного віку в загальноосвітніх школах рекомендовано триразове харчування: гарячий сніданок, обід та полуденок. Школярам, які відвідують групу подовженого дня (переважно учні 1–4 класів), надається дворазове харчування (сніданок та обід), а при тривалому перебуванні в школі – і полуденок.

Вимоги до оформлення меню

Меню повинно плануватися, розроблятися і оформлюватися з розрахунку саме на того споживача, на якого заклад ресторанного господарства планує зробити основну ставку.

Тип меню, його склад і ціни мають відповідати також рівню обслуговування, атмосфері залу, часу виконання замовлення тощо.

При створенні меню важливою є розробка концепції, дизайну, тексту, що потребує творчого підходу. Своїм оформленням меню підкреслює стиль, загальну атмосферу, концепцію та рівень даного закладу. Професійно та грамотно підібрані страви, якісно оформлений друкований текст меню, вишукана обкладинка свідчать про елітність ресторану. В ресторанах з помірними цінами витрати на оформлення меню можуть бути скромнішими,

проте змістовна частина повинна відповідати всім необхідним вимогам, у тому числі передбаченим Правилами роботи закладів ресторанного господарства. У соціально орієнтованих підприємствах меню друкується на білому папері і вивішується при вході в зал, перед роздавальнею, а також на робочому місці касира.

Меню містить перелік страв у певній послідовності, їх вихід (у соціально орієнтованих закладах) та ціну. Бажано, щоб кожний пункт ресторанного меню не тільки називав конкретну страву, а й надавав додаткову інформацію про її інгредієнти.

Для того, щоб переконати споживачів придбати ті чи інші страви та напої, поряд зі звичайним меню використовують меню-газету. При описі тієї чи іншої страви можна не тільки розкрити суть її приготування, а також дати історичну довідку, розповісти анекдот, назвати імена відомих людей, які віддавали їй перевагу.

При описі вина можна вказати місцевість, де вирощувався виноград для нього, рік врожаю, смакові якості, назвати ім'я першого виробника, дати рекомендації щодо подавання вина до певних страв.

Особливо слушно використати меню-газету в готелі, де є можливість більш широко й комплексно представити все, що можуть запропонувати ресторани, кафе, клуби, казино тощо. Така форма меню дає додаткову можливість ресторану презентувати страви, вина та послуги закладів ресторанного господарства.

Технологічною документацією на страви, що входять до меню вільного вибору або інших меню, розглянутих вище, є рецептура, що міститься у Збірнику рецептур страв та кулінарних виробів. При створенні технологічної документації на фірмові страви також користуються Збірником рецептур для визначення норм відходів і втрат при механічній та тепловій кулінарній обробці сировини і продуктів. Якщо вони відсутні на нові та імпортовані види сировини, їх встановлюють дослідним шляхом.

Фірмові страви – це страви, створені за авторською рецептурою шефкухаря. Порядок розробки і затвердження технологічної документації на них затверджений наказом № 210 Міністра економіки і зовнішньоекономічних зв'язків України від 25.09.2000.

Розробка страв і затвердження документації здійснюються в три етапи. На першому етапі на кожну страву (напій, кондитерський чи кулінарний виріб) розробляють технологічну карту, якій присвоюється порядковий номер.

На другому етапі проводиться контрольна перевірка якісних показників запропонованої страви, уточнюється технологія її приготування, складаються акти контрольного приготування фірмових страв.

На третьому етапі рецептура затверджується керівником підприємства ресторанного господарства та погоджується з Головним державним санітарним лікарем.

Відповідним чином оформлені фірмові страви включаються в меню.

Перелік речовин та харчових продуктів , які спричиняють алергічні реакції або непереносимість:

1. Злаки, що містять глютен, а саме: пшениця (пшениця спельта та камут), жито, ячмінь, овес або їх гібридні види та продукти з них, крім:

– сиропів з глюкози на основі пшениці, включно з декстрозою;

– мальтодекстринів на основі пшениці;

– сиропів з глюкози на основі ячменю;

– зернових, що використовуються для виробництва спиртових дистилятів.

2. Ракоподібні та продукти з ракоподібних.

3. Яйця та продукти з яєць.

4. Риба та продукти з риби, крім:

– риб'ячого желатину, що використовується як носій для вітамінів або каротиноїдних препаратів;

– риб'ячого желатину або риб'ячого клею, що використовується як освітлювач для пива та вина.

5. Арахіс та продукти з арахісу.

6. Соєві боби та продукти з них, крім:

– повністю рафінованих соєвої олії та жиру;

– природних змішаних токоферолів (E306), природного D-альфа-токоферолу, природного D-альфа-токоферолу ацетату та природного D-альфа-токоферолу сукцинату, джерелом яких є соя;

– фітостеролів та ефірів фітостеролів, що походять з рослинної олії, джерелом якої є соя;

– рослинного ефіру станолу, виробленого зі стеролів рослинної олії, джерелом якої є соя.

7. Молоко та продукти з молока (включаючи лактозу), крім:

– сироватки, що використовується для виробництва спиртових дистилятів;

– лактитолу.

8. Горіхи, а саме: мигдаль, лісовий горіх, горіх грецький, кеш'ю, pekan, бразильський горіх, фісташка, макадамія або горіхи Квінсленда, продукти з цих горіхів, крім горіхів, що використовуються для виробництва алкогольних продуктів перегонки.

9. Селера та продукти з селери.

10. Гірчиця та продукти з гірчиці.

11. Насіння кунжуту та продукти з насіння кунжуту.

12. Двоокис сірки та сульфіти у концентрації понад 10 міліграмів на кілограм або 10 міліграмів на літр в розрахунку на сумарний обсяг оксиду сірки (SO₂), що розраховуються для продуктів, які пропонуються як готові до споживання або відновлені згідно з інструкціями виробників.

13. Люпин та продукти з люпину.

14. Молюски та продукти з молюсків.

8.2 Інноваційні підходи до створення меню

У деяких сучасних закладах ресторанного господарства для того, щоб споживач міг ознайомитися з меню та зробити замовлення, використовують комп'ютерні монітори із сенсорним управлінням. Намагаючись мінімізувати витрати часу на обслуговування, ці заклади запровадили так звані е-Menu (тобто електронні меню).

Електронне меню (е-Menu) – це інтерактивне меню, що реалізується за допомогою сенсорного дисплею, який розміщують біля столу або на столі, за яким сидить гість (рис. 8.1), чи біля барної стійки. Таке меню надає споживачам закладів ресторанного господарства можливість:

- візуально в інтерактивному режимі ознайомитися з меню закладу та наочно й оперативно побачити високоякісні фотографії і детальний опис кожної страви;

- робити замовлення, не викликаючи офіціанта;

- викликати офіціанта, наприклад, для того, щоб попросити рахунок;

- отримати додаткові послуги, оскільки в комп'ютері з е-Menu, як правило, є ще такі функції: ігри, гороскопи, анекдоти, відео, музика.

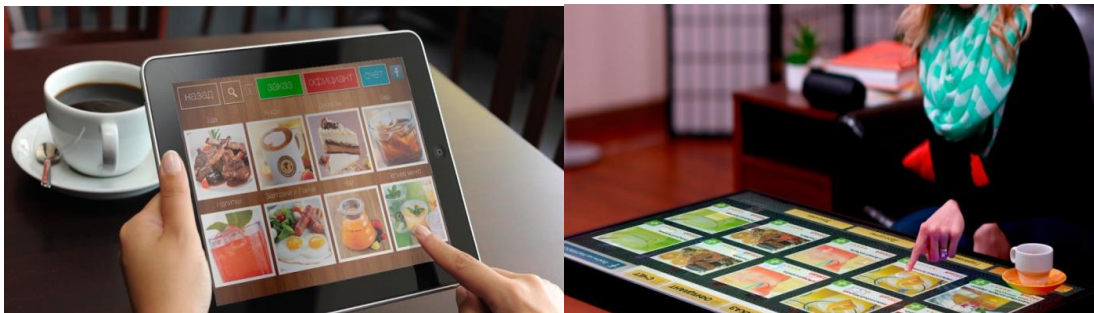
Завдяки запровадженню в закладах ресторанного господарства е-Menu споживачам не треба чекати офіціанта, можна зразу зробити замовлення. Кожен самостійно та швидко може отримати додаткову інформацію про страви: склад інгредієнтів, рецепт, енергетична цінність, спосіб приготування тощо. Під час очікування замовлення можна пограти в різні ігри, почитати новини, анекдоти, замовити музику або подивитися відео. Новизна цих послуг приваблює молодь.

Водночас, як свідчить практичний досвід, сенсорні екранні меню з фотографіями страв сприяють збільшенню їх продажів.

Завдяки е-Menu в закладах ресторанного господарства відкриваються нові можливості для проведення рекламних акцій: можна ефективно представити свій бренд за допомогою системи електронного меню. Практично усуваються причини для конфліктних ситуацій під час прийняття замовлення. Відкриваються нові можливості і для зворотного зв'язку зі споживачами: проведення опитування і завдяки цьому можливість ефективно управляти програмами лояльності.

Постачальники електронної техніки забезпечують якісне сервісне її обслуговування, проводять всі роботи з інтеграції та художнього оформлення е-Menu в інтер'єрі ресторану, кафе чи бару, що створює умови для активного впровадження нової прогресивної технології планування та рекламування закладу ресторанного господарства на практиці.

Електронне меню дозволяє прискорити процес замовлення страв, скоротити штат офіціантів, дати корисну інформацію для гостей і розважити їх.



а

б

Рисунок 8.1 – Електронне меню: а – електронне меню на базі планшетів;
б –table-меню

Переваги електронного меню для гостей:

- зручний, інтуїтивно-зрозумілий та наочний сенсорний інтерфейс;
- яскраві та барвисті фотографії;
- проста навігація та миттєвий доступ до категорії, що цікавить меню;
- вичерпна інформація про страву: зображення, докладний опис, інгредієнти, спосіб приготування, калорії, енергетична цінність та ін;
- можливість запросити рахунок, не чекаючи офіціанта;
- доступ до ігор та інших інтерактивних розваг одним дотиком;
- скорочення часу очікування замовлення;
- можливість вибору з декількох варіантів приготування страви;

– виключення помилок офіціанта при прийнятті та використанні замовлення;

– можливість покликати офіціанта одним кліком;

– зручна багатомовна підтримка;

– можливість поділитися своїми враженнями із друзями у соціальних мережах;

– можливість залучення дітей до замовлення в ігровій формі стимулює у них бажання поїсти;

– засоби зворотного зв'язку з керівництвом закладу, у вигляді простої інтерактивної анкети.

Переваги електронного меню для рестораторів:

– оперативне та чітке виконання замовлень збільшує доходи закладу;

– істотно знижує навантаження на персонал, що дозволяє скоротити штат;

– реклама закладу та послуг партнерів, що розміщується в е-меню створює додаткове джерело доходу;

– спливаючі пропозиції страв та напоїв, заздалегідь запрограмовані в е-меню, дозволяють просувати елементи меню результативніше, збільшувати суму середнього чека;

– реєстрація дій та переміщень користувача у структурі е-Menu формує унікальну базу для аналізу моделей поведінки гостей;

– інтерактивна система замовлень наголошує на унікальності закладу і дозволить завжди бути на крок попереду конкурентів;

– е-меню підвищить лояльність постійних клієнтів та привабить нових;

– барвистий інтерфейс, ігри та інші інтерактивні розваги приваблять найменших гостей та їхніх батьків;

– інтерактивна система замовлень формує імідж бізнесу, що йде в ногу з часом;

– з е-меню не потрібно знову верстати і передруковувати меню, кожного разу, коли з'являється необхідність внести в нього зміни;

– постійно демонструючи клієнтам апетитні зображення страв та напоїв, е-меню стимулює імпульсні замовлення;

– відсутність людського фактора в процесі прийняття замовлення виключає можливість помилки та гарантує, що гостю будуть подані саме ті страви, які він замовив;

– збір та автоматичний аналіз відгуків та вражень гостей.

Інтерактивний стіл. Це сучасне мультимедіа-рішення дозволяє:

- уважно вибрати страву;
- прочитати про неї необхідну інформацію;
- зробити миттєве замовлення, яке відправиться відразу на кухню;
- змінити оформлення самого столу;
- переглянути відеоролики або включити онлайн-трансляцію приготування вашої вечері.

ТЕМА 9 ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЙ У СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ СУЧАСНОГО РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

План

9.1 Характеристика інноваційних технологій у соціокультурному просторі сучасного ресторанного бізнесу.

9.2 Проблеми та перспективи розвитку інноваційних технологій у соціокультурному просторі, загрози та можливості.

Джерела:

1. Карсенін В. Проблеми розвитку ресторанного господарства в Україні / В. Карсенін, Т. Ткаченко. – Київ : Економіка України, 2011. – С. 41–46.

2. Литвиненко Т. К. Новітні технології обслуговування у сфері ресторанного бізнесу / Т. К. Литвиненко. – Київ : Знання. – 2011. – 215 с.

3. П'ятницька Г. Інноваційні ресторанні технології : основи теорії : навч. посіб. для вищ. навч. закл. / Г. П'ятницька, Н. П'ятницька. – Київ : Кондор-Виробництво, 2013. – 250 с.

4. Русавська В. А. Гостинність в українській побутовій культурі ХІХ ст. / В. А. Русавська // Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата історичних наук. – Київ, 2007. – 187 с.

9.1 Характеристика інноваційних технологій у соціокультурному просторі сучасного ресторанного бізнесу

В умовах зростання потреб населення, лише на основі забезпечення комплексного відпочинку клієнтів у соціокультурному середовищі закладів ресторанного господарства на інноваційній основі можна досягти бажаного результату в даному виді бізнесу. Кожен заклад ресторанного господарства, зважаючи на свою спеціалізацію, розміщення, розміри та можливості спроможний надавати різні послуги та задовольняти різні специфічні запити споживачів. Критерієм доцільності впровадження інновацій в соціокультурний простір ресторанного господарства повинні бути оптимальні чи раціональні грошові витрати на певний захід, а також можливість їх повернення протягом 1–3 років залежно від складності та призначення.

Е-Menu. Є аналогом паперового меню, який дозволяє власнику закладу в будь-який момент легко додати або виключити з асортименту необхідну страву або напій. При цьому більше не потрібно витрачати час і гроші на дорогі

послуги дизайнерів і друкарень кожен раз, коли потрібно доповнити або видозмінити меню. Система надає унікальну можливість самостійно здійснювати налаштування системи, в тому числі дизайн і елементи візуалізації. При цьому для повного налаштування е-меню достатньо базових знань звичайного користувача ПК. Також відкриваються нові можливості для проведення рекламних акцій: можна ефективно представити свій бренд, представити асортимент фірмових страв і напоїв, а використання спеціальних модулів інтерактивного меню, що рекламують послуги партнерів (наприклад, салону краси або закупівельної продукції компанії-партнера) можуть стати додатковим джерелом доходу.

POS-термінал(еквайринг). У ресторані відвідувачі розраховуються за столиком. Якщо вони платять картою, то закладу потрібен окремий пос-термінал, який виносять у зал. POS-термінал це програма, що автоматизує роботу закладу й допомагає вести докладний складський і фінансовий облік.

Звичайний термінал не замінює касу: він видає чек про оплату, але не друкує фіскальний чек і не передає дані до податкової.

Інноваційні технічні новинки – розумні кухні. Вони передбачають підключення до мережі великої кількості спеціалізованих пристроїв, починаючи від духовок та плит та закінчуючи холодильним обладнанням. Це дозволяє контролювати технологічні процеси приготування страв, харчові залишки та стежити за свіжістю інгредієнтів. Сенсори, встановлені в приладах, допомагають контролювати температуру приготування та заморозки.



Рисунок 9.1 – POS-термінал

Рішення такого плану вже з'являються, багато новинок були представлені на виставці споживчої електроніки CES2016 у Лас-Вегасі, де компанія Samsung презентувала розумний холодильник HUB. Він уміє замовляти у службі

доставки продукти, відправляти повідомлення на смартфон про залишки продуктів, показувати розклад, фотографії та навіть програвати музику. Така система, використовуючи штучний інтелект та аналіз великих даних, може вивчати день тижня, аналітику продажів минулих періодів та автоматично формувати замовлення постачальнику на постачання необхідних продуктів. При цьому, шеф-кухарю необхідно лише узгодити обсяг.

«*MobileWaiter*» – це додаток для офіціантів, сучасна заміна паперових блокнотів офіціанта, що дозволяє прийняти замовлення швидко та точно. Забезпечує скорочення часу на прийом замовлення та приріст обороту ресторану більш, ніж на 10 % в пікові години. Програмне забезпечення на мобільному пристрої вміщує меню всього ресторану, офіціант швидко може обрати страву з меню, а головне швидко передати замовлення на кухню по безпроводному зв'язку.

QR-код і можливості маркетингу. Винахід QR-коду – двовимірного штрих-коду – відкрило нові необмежені можливості для online взаємодії ресторанів та споживачів. Абревіатура QR перекладається з англійської як «швидкий доступ», а сам матричний код здатний утримати величезний обсяг інформації у вигляді тексту, цифр, URL-адрес, календарів, схем, зображень. QR-код, розміщений на врученому клієнту рахунку, – це привабливий рекламний перебіг. У яскравому квадратику можна закодувати історію ресторану, походження, авторство унікальних деталей інтер'єру та картин. Відвідувачі можуть вивчити меню закладу з детальною інформацією про кожну страву: склад та походження інгредієнтів, етапах та способах обробки та калорійності. Завдяки розміщеній у QR-коді інформації про час роботи закладу та контактів, збільшиться кількість замовлень в офіси та додому.

За допомогою QR-коду ресторан може сповіщати своїх клієнтів про акції, розіграші, активізувати всілякі програми лояльності, влаштовувати голосування, інтерактивні опитування та швидко отримувати відгуки про ресторан від клієнтів. За статистикою аудиторія користувачів QR-кодів перебуває у віковому діапазоні 25–36 років. За кількістю відсканованих двовимірних кодів лідирують США, Канада, Великобританія та Японія. Вони QR-коди користуються великою популярністю, в Україні ж тренд на QR-код лише набирає популярності.

Ідентифікаційні картки для персоналу. Інновації в ресторані не минули і системи контролю за персоналом. Тепер у деяких місцях роботи у ресторані працівникам видають ідентифікаційні картки, що передають радіочастоти. Вони відстежують рух людини, що суттєво збільшує шанси, що під час роботи співробітник чітко виконуватиме свою роботу для підприємства. Вже зараз

кухні ресторану і не лише обладнають вебкамерами, які фіксують порушення санітарних норм, техніки безпеки, зовнішнього вигляду та інших порушень.

Co-Branding. «Кобрендинг» – це об'єднання різних напрямків бізнесу, де гість може не тільки обідати, але і займатись власними справами, дивитись фільми. Зараз люди хочуть отримувати максимум послуг в одному місці. Ресторатори намагаються задовольнити всі потреби гостей і роблять ставку не на кухню, а на різні послуги: антикафе, коворкінг-простір тощо.

Все по одній ціні. В закладах ресторанного господарства, де всі продукти коштують однаково за кілограм. На прилавках розміщені різні страви і посуд. По бажанню обрані страви, самотійно кладуть на тарілку і відносять до каси. Тарілку зважують і розраховують згідно ваги і фіксованої суми.

Роботизація. Заклади ресторанного господарства, де зустрічають клієнтів робошвейцари, готують страви робо кухарі, обслуговують відвідувачів роботи-офіціанти.

Їж і плати скільки хочеш. У світі існує практика ведення ресторанного бізнесу, яка базується на відсутності цін на страви та напої, відвідувачі повинні на свій розсуд сплачувати кошти.

У зв'язку з тим, що через збільшення попиту споживачів на заклади громадського харчування з кожним роком відкривається все більше підприємств ресторанного бізнесу, то новим власникам потрібно розробляти і продумувати свою діяльність таким чином, щоб утримувати конкуренцію з поміж інших аналогічних закладів. На сьогоднішній день таке нововведення, як заклади з кухнями різних національностей та цікавий інтер'єр є не досить актуальним. Тому власникам потрібно розробляти і впроваджувати в реалізацію різні інноваційні методи та технології, які б покращували відвідування та залучали все більшу кількість потенційних споживачів до свого закладу. В сучасних закладах ресторанного господарства привабливими є не лише різні страви та напої, але й інноваційні послуги, зручності, доброзичлива атмосфера, відпочинок, романтична обстановка, пригоди, збудження, мрії, музичні розваги.

9.2 Проблеми та перспективи розвитку інноваційних технологій у соціокультурному просторі, загрози та можливості

Відсутність структурних змін у виробництві, використання застарілих обладнання та технологій, надлишкового консерватизму управління та опору змінам з боку працівників, а також зневажання фактором інновативності у процесі виробництва продукції є причинами низької якості, технологічної відсталості, невідповідності сучасним вимогам споживачів, а отже, і низької

ціни на власну продукцію. Тому, для інноваційного розвитку підприємств ресторанного господарства необхідні спеціалізовані організаційні, структурні та функціональні одиниці, що входять до їх складу, які в процесі взаємодії утворюють інноваційну систему підприємства.

У сучасних умовах розвиток підприємств ресторанного господарства і реформування економіки України пов'язані з переходом на інноваційний шлях розвитку. Одним з найважливіших засобів вирішення цього завдання є інтеграція інновацій і виробництва з метою формування єдиної цілісної інноваційної виробничої системи, яка має забезпечувати реалізацію інноваційних проєктів та їх доведення до реалізації нової продукції й послуг способом скорочення інноваційного лага на всіх етапах життєвого циклу: наука – новації – інвестиції – виробництво – інновації – маркетинг – споживач. Удосконалення локальних інноваційних систем, тобто інноваційних систем на рівні підприємства може сприяти прискоренню та покращенню реалізації таких інноваційних проєктів.

Формування інноваційної системи підприємства стає важливою умовою підвищення рівня конкурентоспроможності для підприємств ресторанного господарства, які обирають інноваційний шлях розвитку. Інноваційна система підприємства, на відміну від традиційної, ставить нові пріоритети в стратегічних цілях і заходах, які встановлює для себе й виконує вищий менеджмент підприємства. У цілому врахування нових пріоритетів має призвести до зміщення центру тяжіння уваги вищого керівництва компаній на дослідницьку компоненту, на рівень якості кадрового потенціалу, оновлення технологічної бази виробництва. Значення інноваційної системи підприємства обумовлено тим, що вона формується для розроблення, виробництва, зберігання і трансферу нових знань, навичок і предметів, що визначають нові технології та інші нововведення.

Для розвитку інновацій ресторанного господарства необхідно розглядати його напрямки інтелектуального, технологічного, інфраструктурного розвитку:

Інтелектуальний напрям інновацій полягає у використанні професійних здібностей працівників підприємства ресторанного бізнесу та створенні умов для його розвитку. Основні завдання цього напрямку полягають:

- у відборі професійно підготовленого персоналу відповідно до сфери діяльності підприємства;
- навчанні стажерів та проведенні різних навчальних заходів із підвищення кваліфікації персоналу – семінарів, тренінгів, онлайн-конференцій тощо;

- впровадженні та підтримці корпоративної культури у ресторані та створенні уніфікованого підходу до спілкування та обслуговування гостей із боку персоналу;

- раціональному капіталовкладенні в новітнє устаткування;

- оновленні та модернізації існуючої матеріально-технічної бази;

- будівництві та експлуатації нових об'єктів у своїй господарській діяльності.

Технологічний напрям передбачає впровадження сучасних технологій (комп'ютерних, мультимедійних, засобів електронної комерції, нових технологій обробки, приготування та зберігання продуктів харчування та інших). До них відносяться і технології харчування, розробка рецептур технологій приготування, використання сучасних видів обладнання та обробки. Особливою умовою технологічного напрямку є використання:

- системи автоматизації праці відділу продажів;

- системи роботи з клієнтами (це нові технології в ресторанному бізнесі, які проводять повний аналіз розміщення гостей у ресторані і видають повну аналітику по кожному з них);

- системи управління програмами лояльності для клієнтів (впровадження нових способів заохочення для постійних клієнтів, клубні та дисконтні картки, преміальні сертифікати та ін.);

- системи управління заходами ресторану (за допомогою цієї технології можна планувати завантаження різних приміщень ресторану, якщо вони є, – конференц-залів, ресторанів, банкетних залів).

Інфраструктурний напрям впровадження сучасних технологій у роботу закладів ресторанного господарства вводиться з метою організації та взаємодії окремих закладів галузі, їх об'єднань та співпраці з державними органами влади. Функції цього напрямку:

- співпраця державного та приватного сектору в розбудові сучасної інфраструктури індустрії гостинності та інших галузей, які взаємопов'язані у своїй діяльності;

- створення конгломератів.

Переваги від застосування інноваційних технологій у сфері ресторанного бізнесу:

- підвищення гнучкості і оперативності в роботі зі споживачами, можливість індивідуалізації обслуговування без збільшення трансакційних витрат;

- збільшення можливостей із залучення споживачів, розширення реклами;

- збільшення можливостей співпраці з провідними банками, спільні програми з підвищення лояльності споживачів (знижки, бонуси, спеціальні пропозиції і т.д.), формування постійної клієнтської бази;
- підвищення якості, оперативності і гнучкості постачання, рішення проблеми псування сировини, можливості підтримки ексклюзивного меню;
- зміцнення і підвищення ефективності діяльності за рахунок інтеграції в суміжний бізнес (ресторан при готелі, фірмі тощо).

Навчальне видання

СВІДЛО Карина Володимирівна,
СОКОЛЕНКО Анна Сергіївна,
ПИСАРЕВСЬКИЙ Микола Ілліч

ІННОВАЦІЙНІ РЕСТОРАННІ ТЕХНОЛОГІЇ

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

*(для здобувачів другого (магістерського) рівня
вищої освіти всіх форм навчання
зі спеціальності 241 – Готельно–ресторанна справа)*

Відповідальний за випуск *Л. В. Оболенцева*
За авторською редакцією
Комп'ютерне верстання *А. С. Соколенко*

План 2022, поз. 213Л

Підп. до друку 12.11.2022. Формат 60 × 84/16.
Електронне видання. Ум. друк. арк. 9,0

Видавець і виготовлювач:
Харківський національний університет
міського господарства імені О. М. Бекетова,
вул. Маршала Бажанова, 17, Харків, 61002.
Електронна адреса: office@kname.edu.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:
ДК № 5328 від 11.04.2017.