

**Конспект лекцій з  
дисципліни «Ресторанний  
креатив»**

**Лектор: д.е.н., доцент  
Головня Олена Михайлівна**

**Вид лекції:** *Інформаційна тематична лекція*

**Кількість годин, передбачених робочою програмою:** *2 год*

## **ТЕМА ЛЕКЦІЇ 1. КОНЦЕПЦІЇ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА: КЛАСИФІКАЦІЯ І ХАРАКТЕРИСТИКА**

**Мета лекції:** *Метою вивчення теми є ознайомлення майбутніх фахівців з готельно-ресторанного бізнесу вітчизняним і зарубіжним досвідом розвитку концептуальних підходів до класифікації ресторанних господарств*

**План лекції:**

- 1. Концепція закладів ресторанного господарства**
- 2. Класифікація ресторанів**
- 3. Принципи розміщення закладів ресторанного обслуговування**

**Рекомендована література:**

1. Ботштейн Б. Б. Основні принципи розробки та впровадження F&B-концепції кухні тематичного ресторану. Прогресивні техніка та технології харчових виробництв ресторанного господарства і торгівлі. 2019. Вип. 1. С. 7-18.
2. Головня О.М. Тенденції розвитку готельно-ресторанного господарства в умовах формування соціально орієнтованої національної економіки. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2019. № 1. С. 53-69.
3. Головня О.М., Луцяк В.В., Ставська Ю.В. Стратегічне планування і тактика інноваційної діяльності у ресторанних підприємствах: розроблення функціональних харчових продуктів. *Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту*. 2018. №1 (24). С. 103-113.
4. 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.
5. Матвійв М. Формування концепції гостинності в інноваційному маркетингу послуг ресторанних підприємств. *Журнал європейської економіки*. 2014. Т. 13, № 3. С. 304-323.
6. Пандяк І. Г. Методологічні основи морально-побутової концепції готельно-ресторанного бізнесу. *Географія та туризм*. 2018. Вип. 43. С. 21-30.
7. Полстяна Н. В. Моноресторан як нова концепція ресторанного господарства в Україні. *Молодий вчений*. 2019. № 4(1). С. 182-184.
8. Організація ресторанного господарства: конспект лекцій. Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа, рівень вищої освіти «бакалавр»

(для студентів 2 курсу факультету туризму та ЗО), кафедра готельноресторанного бізнесу, Паска М.З., д-р наук, професор, 2019. Organization of restaurant business: lectures inspect, Paska Mariia, Dr. of Science.

## **1. Концепція закладів ресторанного господарства**

За визначенням вчених, концепція – це:

- 1) генеральний задум, що визначає стратегію дій при здійсненні реформ, проектів, планів, програм;
- 2) система поглядів на процеси і явища в природі та суспільстві.

Що стосується ресторанного бізнесу, концепція – це визначена ресторанна ідея, де описані всі складові діяльності ресторану та вміщено, фактично, технічні завдання на розробку технологічних ланцюжків, дизайнерських рішень, торгової марки, стратегії позиціонування, меню, маркетингових та рекламних програм із залучення й утримання клієнтів та інших складових діяльності [5].

Концепція – це вже наступний щабель після розробки ідеї, оскільки обґрунтовує її, і є загальним керівництвом зі створення ресторану, достатнім для розуміння всіма учасниками процесу. Як правило, концепція містить в собі назву ресторану, і поступово починає уособлювати його (хоча іноді навпаки – спочатку з'являється назва, а потім вона вже починає наповнюватися певним змістом). Концепція – досить докладний документ, але не потрібно вимагати від нього деталізації всіх процесів, що відбуваються в ресторані [5, с. 304]. Вибір правильної концепції є запорукою не лише для створення нового підприємства ресторанного господарства, а й успішності його діяльності, підвищення відвідуваності та рентабельності.

Можна виділити три етапи розробки концепції ресторану: вибір теми закладу, вибір назви закладу та передбачення потенційного споживача. Ці три етапи нероздільно пов'язані між собою, і при гармонійному поєднанні є важливим фактором успішності функціонування підприємства. Складовими кінцевого формату концепції є: інтер'єр закладу; гастрономічна тема; розважальна програма; розташування закладу; реклама; цінова політика; структура потенційних клієнтів. На думку дослідника Л. Херріота, дизайн-проект ресторану, організація, реконструкція, планування та зонування закладу – це одні з найбільш важливих етапів його розвитку. Темп і ритм розвитку будь-якого сучасного мегаполісу мають істотний вплив на спосіб життя людей, які мешкають в ньому. Наприклад, намагаючись заощадити вільний час хоча б на приготуванні їжі, вони дедалі частіше відвідують кафе та ресторани, забуваючи звернути увагу на їх дизайн. Там, з цікавістю досліджуючи дизайн цього закладу, можна провести і ділову зустріч, і дружнє застілля [9, с. 125]. Ретельно продуманий дизайн допомагає створити відповідний настрій для відвідувачів. Найбільш помітним є вплив атмосфери в так званих “креативних” ресторанах.

Мудрий ресторатор не економить на інвестиціях в інтер'єр. Його бізнес опиниться в небезпеці, якщо відвідувачу з першого погляду “не сподобається”

інтер'єр закладу. Клієнт може просто не відбутися, піти, так і не довідавшись, яка в закладі чудова кухня, велика карта вин і наскільки гостинний персонал. Гастрономічна тема – наступний і важливий етап у втіленні концепції ресторану. Меню концептуально-тематичного закладу повинно відповідати його назві, вподобанням гостя та темі загалом. За висловом знаного львівського ресторатора Марка Зархіна, “Всі страви мусять буди смачними, технологічно та економічно відповідати концепції та можливостям ресторану та декорованими і поданими відповідно до ідеї закладу” [2, с. 61]. Асортимент може бути не надто широким, але найбільш оптимальним у співвідношенні цінової політики та задоволенні потреби споживача. Загалом же, основною стратегією асортиментної політики є введення в меню новинок та фірмових страв і напоїв власного приготування у поєднанні з класичними стравами та напоями й елементами національної кухні. Лише такий заклад зможе задовольнити потреби та привабити не лише зацікавленого туриста, а й “нагодувати” зголоднілого місцевого жителя і навіть створити базу постійних гостей. Цінова політика концептуально-тематичного закладу повинна відповідати концепції в цілому, логічно прив'язуватися до меню страв та напоїв, а також дозволяти закладу “отримувати клієнта” в умовах жорсткої конкуренції. Але втілення концепції того чи іншого ресторану неможливе без підкріплення рекламою, різні форми якої застосовуються ресторанами для інформування потенційних та реальних клієнтів про нововведення і події, що відбуваються в даному закладі, а також представлення відвідувачам нових страв, що, зрештою, в кінцевому результаті спрямоване для отримання прибутку. Для досягнення цих цілей використовуються ньюс-релізи (від англ. news releases) – дані, викладені у вигляді пам'ятки про рекламований ресторан, його меню, послуги, спеціальні пропозиції. Подібні пам'ятки можуть бути також виконані у вигляді сувеніра. Якісно та оригінально надруковане, з назвами страв і цінами, емблемою закладу та фотографіями фірмових страв меню ресторану саме по собі може служити рекламою. Для туристів є актуальним поєднання пам'яток, проспектів, путівників, дорожніх карт на рекламних матеріалах ресторану. Додатково, для зручності знаходження ресторану, можна розмістити панель – кронштейни, стенди, “живу” рекламу. Інтернет – при грамотному оформленні, “розкручуванні” сайту є особливо ефективним засобом в залученні потенційних клієнтів у ресторан.

Сайт повинен регулярно оновлюватися і містити свіжу інформацію про зміни в меню, найближчі концертні програми, дегустації. Добре, якщо сайт припускає деякий інтерактив, наприклад, можливість поставити питання і отримати відповідь, можливість резервування столиків. Чи, скажімо, сам власник або шеф-кухар порекомендує окремі страви з меню. Доцільною є також поштова розсилка, як засіб реклами, зокрема зосереджена для окремих цільових груп гостей закладу з різноманітними привітаннями, інформацією та пропозиціями. Новим та перспективним є закордонний досвід рекламування ресторанів шляхом розміщення фотографій та автографів знаменитостей, які його відвідували у

різний час, а також акцент на кожного гостя як важливу персону з фіксуванням його даних (оригінального підпису, ініціалів, наприклад на випитій пляшці вина, яка зберігатиметься у винному погребі закладу, чи елементах інтер'єру), в межах креативності закладу, що неодмінно виявить у цього гостя інтерес повернутися за деякий час у цей заклад знову і побачити відмітку про себе.

Також організація кулінарних і барних шоу, майстер-класів з приготуванням страв та напоїв перед гостями та відвідувачами закладу, або з виїздом за його межі. Безпрограшним залишається реклама за допомогою елементів декору та інтер'єру закладу, наприклад, з відтворенням світових шедеврів архітектури чи мистецтва. Структуру потенційних клієнтів, гостей, як більш прийнято вживати, говорячи про ресторани як про складову індустрії гостинності, концептуально – тематичних закладів, складають туристи. Саме цю категорію гостей найбільш приваблюють такі заклади у містах відвідувань. Але якщо говорити про заклади, які орієнтуються не лише на ідею в інтер'єрі та розважальній програмі, а також масову рекламу в усіх туристичних інформаційних матеріалах, але й на якісні гастрономічні враження та реальну ціну, отримують постійного гостя, якого цікавить будь-який формат відвідин цього закладу – чи це комплексний обід, чи ділова зустріч, або святкова вечерея чи кавова-перерва. У світі сьогодні безліч ресторанів із цікавими, іноді навіть незвичними та безглуздими ідеями. В Україні також чимало креативних ресторанів, але безумовно лідером концептуально-тематичних закладів є м. Львів. Саме в цьому місті простежується чітка та гармонійна послідовність усіх складових концепції, від місця розташування таких закладів (здебільшого це стара історична частина міста), інтер'єрів та розважальних програм, які вражають своєю вигадливістю та оригінальністю реалізації, незвичними назвами страв у меню та тематичними подачами, а також цікавими підходами до процесу обслуговування та розрахунку гостя.

Беззаперечними лідерами та найбільш актуальними прикладами концептуально-тематичних закладів Львова є ресторани групи “Фест” (“Локаль”), “Кумпель-груп”, “Goodfoodhouse”. Слід не оминати увагою також і заміські ресторани, концепція яких спрямована на створення найбільш комфортних умов відпочинку в гармонії з природою, оздоровленням та цікавими активними розвагами, які важко реалізувати в межах міста. Активно розвиваються заклади типу чайна, кав'ярня з ціновою політикою асортименту 30-50 грн, де до гарячих напоїв пропонують борошняні та кондитерські вироби, шоколад. Тут стратегічно вигідним кроком є відкриття не одного такого закладу, а декількох, мережі. Досі вільними нішами залишаються спеціалізовані дитячі кафе – дитяча тема присутня в багатьох закладах, але окремої уваги вона практично не заслужила, а також заклади музичної спрямованості (не нічних клубів, а скоріш арт-ресторанів і арткафе), де споживання їжі гармонійно поєднувалося б із мистецькими презентаціями, обговореннями витворів

художників, музикантів, скульпторів, чи безпосередня участь у створенні сучасних мистецьких шедеврів власноруч.

## **2.Класифікація ресторанів**

**Ресторани** - своєрідні типи загальнодоступних закладів ресторанного господарства, в яких загальна концепція їх роботи виходить за рамки звичної (класичної) виробничої та обслуговуючої діяльності, даючи можливість творчо підходити до організації харчування та дозвілля споживачів, оформлення меню, інтер'єру тощо. У таких закладах страви та напої мають специфічні (тематичні) назви, що відповідають загальній концепції закладу.

Для вітчизняних споживачів ресторан є свого роду театром, видовищем, в якому відвідувач, по суті, платить не тільки за харчування, а й за атмосферу, ідею.

### **Ресторани розрізняють за:**

- ї асортиментом продукції, що реалізовується: спеціалізований, з|із| національною кухнею, тематичний (рибний, пивний, з національною кухнею чи з кухнею інших країн);

- ї місцем розташування: ресторан при готелі, вокзалі, у зоні відпочинку, лікувальних, оздоровчих закладах, на підприємствах та в установах, у вагонах залізничного, салонах авіа-, авто- та водного транспорту тощо.

- ї часом обслуговування: швидкого обслуговування та звичайні.

- ї методом обслуговування: обслуговування офіціантами та самообслуговування;

- ї контингентом споживачів: загальнодоступні та закриті (обслуговують певний контингент споживачів);

- ї ступенем комфорту, рівнем обслуговування та обсягом послуг, що надаються: класу люкс, вищого і першого.

Ресторани можна класифікувати за різними ознаками.

Проте найбільш суттєвим є розподіл їх на дві основні групи:

- концептуальні та ті, що не дотримуються чіткої концепції.

Концепція ресторану може бути продиктована специфікою його кухні (український, японський, китайський, італійський тощо), загальною атмосферою (джазовий, елітний, молодіжний тощо) або стилізованою ідеєю художнього твору ("За двома зайцями", "Війна і мир" тощо). Концепції повинні відповідати дизайн інтер'єру, посуд, меню, розважальна програма, організація обслуговування, асортимент страв та напоїв.

При розробці концепції ресторану важливо виявити, для якого контингенту споживачів він створюється: елітний ресторан для споживачів з високим рівнем доходів, ресторан, доступний для споживачів з середнім рівнем доходів, для людей різного віку, для сімейного відпочинку тощо.

Залежно від контингенту споживачів, мети, з якою вони відвідують ресторан, використовують дорогі або більш дешеві засоби оформлення інтер'єру підприємства, відповідний посуд та столову білизну. Для елітних ресторанів

характерними є тенденції повернення вишуканих, аристократичних манер, культури споживання страв та відпочинку, притаманних класичним кухням: французькій, італійській, російсько-дворянській, українсько-шляхетній. У ресторанах для споживачів із середнім рівнем доходів високий рівень обслуговування співіснує з більш демократичним стилем поведінки споживачів. Елітні ресторани, як правило, розміщуються в престижних кварталах. Ресторани швидкого обслуговування - в місцях великого скупчення людей (біля станцій метро, вокзалів тощо).

У меню можуть переважати класичні страви та напої високої якості або запропоновані страви національної чи авторської кухні за відповідними цінами. Вибраній концепції ресторану повинна відповідати форма обслуговування: повне обслуговування офіціантами з презентацією страв і напоїв, шведський стіл, часткове обслуговування офіціантами, відпуск продукції "на винос" тощо. Суттєве значення має майстерність обслуговуючого персоналу, завдяки чому створена в залі атмосфера підсилюється та більш повно розкривається.

Досить часто на ринку ресторанного господарства зустрічаються підприємства ресторанного бізнесу для сімейного відпочинку, які створюють умови для організації харчування та дозвілля сім'єю та пропонують асортимент страв "домашньої кухні". Для цього відповідно обладнують ігрові майданчики для дітей, розробляються програми відпочинку та меню зі стравами для дорослого та дитячого контингенту, в деяких випадках пропонується послуга особи, яка доглядає за дітьми (baby-sitter).

Останнім часом широкого розвитку набули ресторани, які заявляють себе як підприємства змішаного типу, наприклад, ресторан-бар, ресторан-клуб, салон-ресторан. У своїй роботі вони застосовують характерні ознаки поєднаних інших типів закладів.

Досить часто при ресторанах створюють відкриті ресторани майданчики (літні ресторани). Літні ресторани можуть бути не тільки доповненням до стаціонарного ресторану, але й повноцінним різновидом ресторану.

Вони поділяються на веранди, тераси, економ-тераси, ресторан-трансформер.

**Веранда** - це прибудова до закладу під капітальною покрівлею. Вона надає презентативний зовнішній вигляд фасаду ресторану. Їй перевагу надають ті споживачі, які хочуть скористатися послугами ресторану на свіжому повітрі. Утеплена веранда може працювати цілий рік, влітку знімають склопакети, перетворюючи закриту веранду на відкриту.

**Тераса** - це ресторан на свіжому повітрі, огорожений кущами, квітами та іншими загорожами, з тентовою покрівлею, підлогою, викладеною плиткою тощо. Ресторан-терасу можна розмістити і на покрівлі, завдяки чому, крім перебування на свіжому повітрі, споживачам забезпечується споглядання красивого краєвиду. Тераса працює 5-6 місяців, решта часу обладнання зберігається у спеціально орендованому складі.

**Економ-тераса** - це маленький майданчик біля фасаду ресторану, де встановлено 4-6 столів під зонтами.

**Ресторан-трансформер** - це ресторан, який у літній сезон, завдяки зняттю вікон і дверей, із зимового перетворюється на літній. Вікна повинні виходити в паркову або пішохідну зону.

Вибір типу літнього ресторану (майданчика), його оформлення залежить від концепції основного підприємства. Тут використовують зручні, красиві та практичні меблі: пластикові, плетені із лози, ротанга (вишукані для солідних підприємств), дерев'яні, металеві, ковані.

#### **Різновиди ресторанів:**

**Вагон-ресторан, салон-ресторан**- різновид ресторану, який організовує харчування споживачів послуг залізничних компаній та інших організацій пасажирського транспорту.

**Ресторан швидкого обслуговування** - різновид ресторану, де застосовують метод самообслуговування і пропонують обмежений асортимент продукції, що прискорює процес обслуговування.

#### **Концептуальний ресторан**

Для концептуального ресторану характерним є взаємозалежність між усіма елементами, починаючи з назви ресторану, завершуючи атмосферою, що підсилює значення всіх його характеристик. Розглянемо основні підходи до створення концептуального ресторану на декількох прикладах.

Згідно з назвою "*Маямі Блюз*", у ресторані розкривається музична тема з ліричними джазовими імпровізаціями. Зі стелі залу ресторану звисають джазові музичні інструменти - труби, кларнети, саксофони, підвішені майже на невидимих шнурах. Червоні та сині неонові лампочки вимальовують на стінах контури двох електрогітар, розміщених на протилежних стінах. За барною стійкою полиці заповнені не тільки різноманітними напоями, а й цілою колекцією дерев'яних статуеток Луї Армстронга, які застигли у різних позах. Відгуки музичної теми простежуються в декоративних композиціях, розміщених на стінах, де поєднуються кларнет, радіола, старий радіоприймач, а також пісочний годинник, морські зірки, сухе листя. Спинки стільців прикрашають ноти, вирізані з дерева. У репертуарі музикантів присутні блюзи та стильні джазові композиції.

Ресторан "*Мисливець*" стилізовано під мисливську хатинку, стіни якої прикрашені справжніми шкірами диких тварин, рогами оленя. Полички заставлені флягами та іншими керамічними і скляними ємностями. Підвіконня та стіни прикрашають чучела болотних та лісових птахів. Стеля оформлена у вигляді неба, яке видніється між гілками дерев, засіяна мілкими лампочками-зірочками, що створює ілюзію перебування у заростях під час полювання. На стінах зберігаються мисливські рушніці, патронташ, чоботи, плащ-палатка та інші атрибути полювання. Дерев'яні різьблені буфети, шафи для посуду, масивні стільці у залі, світильники, за дизайном схожі на керосинові лампадки, - все це гармонійно вписується у загальний план, відтворюючи атмосферу затишного



місця. В залі встановлено мангал, на якому готують м'ясо, рибу, дичину, наповнюючи зал ароматним димом.

### **3. Принципи розміщення закладів ресторанного обслуговування**

Розвиток мережі ресторанного господарства і раціональне її розміщення мають велике значення у забезпеченні населення харчуванням за місцем проживання, роботи, навчання.

Розвиток загальнодоступної мережі ЗРГ, що обслуговує населення міста, здійснюється з урахуванням площі міста, його адміністративного значення, ролі у системі розселення, планувальної структури, торгової мережі, що склалася, та інших особливостей. Залежно від перших трьох перерахованих факторів встановлений і норматив місць на 1000 мешканців міста. У містах-курортах та містах-центрах туризму потреба у мережі підприємств ресторанного господарства визначається виходячи із запланованої кількості відпочиваючих і приїжджаючих, тобто більше встановлених нормативів.

У норматив розрахунку мережі підприємств ресторанного господарства (крім курортів) не включають сезонну мережу, яку організовують додатково із врахуванням конкретних умов.

У житловій зоні міста (в мікрорайоні, житловому масиві, комплексі) загальнодоступні підприємства ресторанного господарства розміщують рівномірно у межах пішохідної доступності з урахуванням зупинок громадського транспорту і напрямлення пішохідних потоків.

Підприємства міського значення розміщуються з урахуванням транспортної доступності для загальноміського транспорту, у центрах районів, що заплановані, на майданах, головних вулицях і магістралях, зонах відпочинку, в установах громадських і торгових центрів, будівлях, що стоять окремо, вбудованих і прибудованих до житлових будинків і громадських будівель приміщеннях.

Кількість місць у ЗРГ, що знаходяться у спортивних будівлях, готелях, мотелях, вокзалах, аеропортах, на пристанях, розраховується відповідно до норм СНІП або відомчих норм технічного проектування.

Розвиток закритої мережі підприємств ресторанного господарства, що організовує харчування особового складу збройних сил, у вищих, професійно-технічних, загальноосвітніх навчальних закладах, промислових підприємствах тощо, здійснюється з урахуванням чисельності працюючих і тих, хто навчається.

Кількість місць у закладі ресторанного господарства, що обслуговує певні контингенти споживачів, за місцем роботи чи навчання, розраховується за нормативами на 1000 чол. у максимальну зміну.

При визначенні кількості місць у ЗРГ, що розміщені при готелях, мотелях, кемпінгах, керуються таким співвідношенням місць у цих установах: кількість місць у ресторанах і кафе передбачається із розрахунку 1 місце у закладі

ресторанного господарства на 1 місце у готелі. Причому три чверті цих місць передбачається у ресторанах, одна чверть — у кафе. У барах денних при готелях передбачається 1 місце на 8 місць, у нічних - 1 місце на 6 місць у готелі.

У мотелях розміщують ресторани, кафе, їдальні, буфети; при кемпінгах - їдальні, буфети.

У готелях і мотелях передбачені буфети, місткість яких визначається із розрахунку: одне місце буфету приходить на 10 місць у готелі або мотелі. У кемпінгах одне місце у буфеті приходить на 5 місць у кемпінгу.

Для організації харчування робітників готелю на 200, 300, 400 місць обладнують буфет, на 500, 600, 1000 місць - їдальню. Кількість місць у них становить 10 % від місць у готелі.

### **Висновки**

Сьогодні успіх ресторатора залежить від наявності: професійного менеджменту, сучасної кухні, концепції закладу, бездоганного сервісу, цікавого інтер'єру і розумних цін.

У теперішній час можна прослідкувати існування різноманітних концепцій організації ресторанного бізнесу на локальному ринку, що забезпечує з одного боку, підтримку одне одному, а з іншого – створює конкурентне середовище, яке сприяє підвищенню рівня якості, залученню більшої кількості споживачів і, як результат, збільшенню прибутку.

Сфера ресторанного господарства – це сфера надання послуг. Головне завдання в індустрії ресторанної діяльності визначається концепцією технології гостинності, спрямованої на задоволення найвибагливіших потреб споживача. Якщо гості не отримують задоволення від відвідування закладу ресторанного господарства, то все інше вже не має значення.

### **Питання для самоконтролю**

1. Дайте визначення понять "ресторанне господарство", "підприємство ресторанного господарства", "заклад ресторанного господарства".

2. Кількісна і структурна характеристика мережі закладів ресторанного господарства.

3. Тенденції розвитку мережі закладів ресторанного господарства за місцем роботи та навчання.

4. Тенденції розвитку мережі загальнодоступних закладів ресторанного господарства.

5. Тенденції розвитку заготівельних закладів ресторанного господарства.

6. Особливості розвитку мережі закладів ресторанного господарства формату Quick&Casual.

7. Особливості розвитку мережі закладів ресторанного господарства швидкого обслуговування.

8. Розвиток сітьових утворень (мереж) закладів ресторанного господарства.

**Вид лекції:** *Інформаційна тематична лекція*

**Кількість годин, передбачених робочою програмою:** 2 год

## **ТЕМА 2. ФОРМУВАННЯ АТМОСФЕРИ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

**Мета лекції:** *Метою вивчення теми є ознайомлення майбутніх фахівців з готельно-ресторанними особливостями формування атмосфери закладів ресторанних господарств*

**План лекції:**

- 1. Характеристика атмосфери ресторану**
- 2. Декоративно-художнє оздоблення зали. Вибір декоративнохудожніх засобів.**
- 3. Предмети декоративно-прикладного мистецтва. Тканини в інтер'єрі.**
- 4. Освітлення як елемент інтер'єру.**
- 5. Колір в залах закладу ресторанного господарства.**
- 6. Квіти та фітодизайн у закладах ресторанного господарства.**

**Список рекомендованої літератури:**

1. Ботштейн Б. Б. Основні принципи розробки та впровадження F&B-концепції кухні тематичного ресторану. Прогресивні техніка та технології харчових виробництв ресторанного господарства і торгівлі. 2019. Вип. 1. С. 7-18.
2. Головня О.М. Тенденції розвитку готельно-ресторанного господарства в умовах формування соціально орієнтованої національної економіки. Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2019. № 1. С. 53-69.
3. Головня О.М., Луцяк В.В., Ставська Ю.В. Стратегічне планування і тактика інноваційної діяльності у ресторанних підприємствах: розроблення функціональних харчових продуктів. Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. 2018. №1 (24). С. 103-113.
4. 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.
5. Матвійів М. Формування концепції гостинності в інноваційному маркетингу послуг ресторанних підприємств. Журнал європейської економіки. 2014. Т. 13, № 3. С. 304-323.
6. Пандяк І. Г. Методологічні основи морально-побутової концепції готельно-ресторанного бізнесу. Географія та туризм. 2018. Вип. 43. С. 21-30.

7. Полстяна Н. В. Моноресторан як нова концепція ресторанного господарства в Україні. Молодий вчений. 2019. № 4(1). С. 182-184.

8. Організація ресторанного господарства: конспект лекцій. Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа, рівень вищої освіти «бакалавр» (для студентів 2 курсу факультету туризму та ЗО), кафедра готельно-ресторанного бізнесу, Паска М.З., д-р наук, професор, 2019. Organization of restaurant business: lectures inspect, Paska Mariia, Dr. of Science.

## **1. Характеристика атмосфери ресторану**

Атмосферу ресторану можна визначити як комфортність перебування в ньому. При цьому, звичайно, це дуже динамічний поняття, оскільки залежить від самих клієнтів, типу ресторану, часу доби, що проходять заходів і багатьох інших обставин.

Атмосфера ресторану тісно пов'язана з емоціями людини.

Основні групи емоцій, які можуть сполучатися з ресторанної атмосферою такі:

Пов'язані з комунікаціями

Емоції, пов'язані з потребою в самоствердженні

Пов'язані з успішною діяльністю

романтичні емоції

Гедоністичні емоції (пов'язані з потребою в комфорті, отриманню задоволень)

Атмосфера ресторану ...

Хтось вважає, що атмосфера ресторану - це частина душі Власника / ресторатора / керуючого, інші вважають, що вона в великій мірі залежить від Відвідувачів (люди ходять на людей) ...

Ще існує думка, що атмосфера ресторану - це похідна всіляких вихідних матеріального і нематеріального характеру (історії та розташування будівлі, власне приміщення ресторану, інтер'єру, обладнання, меню, персоналу, відвідувачів ...)

Я думаю, що атмосфера ресторану - це комплексне поняття нематеріального характеру, що включає в себе всі перераховані вище параметри. Плюс щось ще, що неможливо описати словами ...

Як будь-яке комплексне поняття, атмосфера ресторану:

- це стан, в яке ти, відвідувач, поринаєш в ресторані; вона може лише подобатися або не подобатися; бути «твоєю» або ти відчуєш «... не моє ...»

- динамічна, тому що «дихає», змінюється в часі; може просто померти, зникнувши без сліду;

- не має вираженого пірамідального характеру, тобто доведення до досконалості будь-якої окремої складової не приводить поліпшенню атмосфери

- навпаки, надмірне тюнінгованих окремих рис, що впливають на атмосферу ресторану, може все зіпсувати.

Деякі наполягають, що атмосфера є в будь-якому, навіть у фаст-фуді.

У мене інша думка: в фаст-фуді найважливіший, самий визначальний фактор - це рівень «ціна-якість». Унікальної атмосфери і Сервісу там немає, та це й не потрібно: достатньо гостинних фізіономій персоналу, візуальної чистоти і швидкості обслуговування.

Звичайно, і в фаст-фуді є якісь маячки, якоря, іноді дуже розтиражовані: піднята вгору рука і крик «Вільна каса!» - в Макдональдсі; фірмова віддача замовлення «Кава для Васі» - в Старбаксе; гучне, щоб всі чули, вітання - у багатьох закладах.

Але я б не сказав, що ці нечисленні «фішки» формують те, що розуміється як «атмосфера ресторану».

Чим вище рівень ресторану, тим більше значення для відвідувача мають нематеріальні фактори: атмосфера і обслуговування. І менше значення власне їжа.

Хоча дане твердження вивертається, як стрічка Мебіуса, і для топових, із зірками Мішлен, ресторанів їжа (смак і подача) знову стає визначальним фактором, сервіс йде на другий, а інтер'єр - на третій план.

Чи існують успішні ресторани без атмосфери? Саме успішні, а не просто прибуткові? - моя думка, що не існує.

Наявність унікальної / цікавою / прикольною - фу! Ненавиджу це слово ... - атмосфери в ресторані / кафе - обов'язкова умова успішного закладу. Так, саме тобі атмосфера ресторану може не подобатися, бути "не твоєю". Але багатьом вона доводиться до душі, тому що «багато» відвідують даний ресторан, голосуючи рублем, а інакше заклад не вважалось б успішним.

З іншого боку, якщо у тебе вийде побудувати ресторан, атмосфера в якому, безперечно, існує, але для більшості відвідувачів вона чужа, - такий ресторан не стане успішним: адже ресторан, в якому мало гостей, не має права називатися «успішним», вірно ?

З чим можна порівняти ресторанний бізнес? - з кіно: і там, і там елемент атмосфери, а в кіно - душі, магії кіно, - саме він є визначальним.

І в ресторанному бізнесі, і в кіно є чисто комерційні проекти, але навіть вони мертві без душі ...

Не стану більше про атмосферу ресторану ... пора визнати, що я в цьому нічого не розумію і закінчити на цьому.

З такої класифікації добре простежується зв'язок деяких емоцій і підходящої атмосфери. А також стає зрозумілим, що у людей бувають різні емоційні стани в різні періоди часу, які, швидше за все один і той же ресторан

часто задовольнити не в силах. І, також, очевидно, що в кафе зі стабільною атмосферою можуть мати постійних клієнтів, які відвідують тільки їх в тому випадку, якщо у людини домінує якесь одне емоційний стан. Крім того, очевидно, що однозначно вираженою атмосфери не буває - це завжди змішання кількох груп, що накладаються на емоційні стани клієнтів.

Що означає ця класифікація?

Це означає, що люди, яким вкрай важливі «понти», підуть самостверджуватися в ресторан, про який вони зможуть пізніше і недбало сказати колегам щось на кшталт «А так, знаю, я там періодично буваю». Пам'ятаючи тезу про те, що у людини рідко буває якесь одне стан, можна планувати і атмосферу. Наприклад, романтичне побачення, з одного боку, може мати на увазі важку атмосферу боязких зізнань, а, з іншого, пафосне бажання вразити партнера відвідуванням дорогого закладу і умінням жити на широку ногу (згадується Кіса Вороб'янінов, який розкидає бублика).

На атмосферу впливають самі клієнти

Атмосфера впливає на клієнтів, але і клієнти на неї. Іноді, досить дуже простих дій, щоб атмосфера була порушена. Наприклад, якщо хтось очікує провести романтичний вечір, то, наприклад, голосна розмова по телефону з з'ясуваннями, чому не привезли швелери, може надовго атмосферу зламати і викликати здорове роздратування відвідувачів.

Атмосфера передається через наші органи чуття.

У нашому активі є зір, слух, нюх, відчуття смаку. Це основні органи чуття, на які ресторан може впливати, створюючи відповідну атмосферу.

Органи чуття	спосіб впливу
зір	Загальний тренд: за рахунок дизайну інтер'єру та декору До певних випадках (свята, події): за рахунок зміни освітлення, додаткового декору. Темп роботи персоналу залу Спеціальна уніформа персоналу оформлення столів
слух	Музичний супровід Фоновий шум від інших клієнтів Спеціальні фрази від персоналу
нюх	Сучасна хімія здатна відтворити практично будь-які запахи. Цим активно користуються магазини, кафе і багато інших підприємств. Звичайно-щоб посилити свій профіль. Наприклад, кав'ярні - посилити запах кави, булочні - хліба. Але і в разі якихось подій, можна розставляти акценти. Наприклад, запах цитрусових до нового року

	або запах домашньої випічки для ресторану «домашньої» кухні.
смакові	Будь-яка їжа сприяє створенню настрою. Якщо необхідно створити певний настрій клієнтів, то можна піднести всім презент. Певні страви мають чіткий символізм. Келих шампанського, десерт, - ці смаки - універсальні засоби святкового настрою.

### Ресторан Atmosfera

Atmosfera розташована на даху готелю Premier Palace Hotel Kyiv і радує своїх гостей панорамним видом на Хрещатик, Бессарабський ринок та Олімпійський стадіон.

Тераса розділена на відкриту та криту зони.

Для проведення pre-party, приватних заходів і тематичних вечірок тут передбачені танцпол і подіум. Кожного четверга, п'ятницю та суботу в ресторані грає DJ.

Інтер'єр витриманий у сучасному строгому стилі, приємну картину доповнюють живі квіти та авторський декор.

Що стосується кухні, то в меню Atmosfera ви знайдете італійські, японські та європейські страви, вишукані десерти і відмінну коктейльну карту.

### 2. Декоративно-художнє оздоблення зали.

Вибір декоративно-художніх засобів. В оформленні залів широко застосовують синтетичні оздоблювальні матеріали, цінні породи дерева та метал. У їх конструкції використовують декоративні підвісні стелі та стіни із матеріалів, що поглинають звук, а для покриття підлоги - полімерні матеріали, паркет та килимові покриття на синтетичній основі. 68 До оздоблення інтер'єру залів висуваються певні вимоги залежно від експлуатаційних режимів приміщення. Інтер'єр повинен бути гармонійним, композиційно зібраним.

Декоративно-прикладні вироби використовуються за їх утилітарним призначенням (тканини для драпірування, килими, фірмовий посуд, світильники, одяг офіціантів), а також як прикраси (вази, декоративні настінні тарілки, глечики, куманці, муляжі страв, скульптури офіціантів, швейцарів, шеф-кухарів тощо). Велике значення надається оздобленню живою та штучною зеленню.

В інтер'єрі залу завжди повинні витримуватися закони гармонії кольору. До матеріалів, які використовуються для оздоблення інтер'єру залів, висуваються особливі вимоги. Вони повинні бути високоякісними, довговічними, жиростійкими, вологостійкими, відповідати певним санітарногігієнічним вимогам. Затишна обстановка, цікавий інтер'єр завжди спонукають відвідати заклад ресторанного господарства.

Інтер'єр зможе стати дієвим засобом реклами ресторану за однієї умови: він повинен бути самобутнім, залишати слід в пам'яті людини. Інформацію про



інтер'єр закладу ресторанного господарства людина отримує двома способами: безпосередньо спостерігаючи інтер'єр і опосередковано з розмов, плакатів, буклетів, листівок з зображенням інтер'єру чи його фрагмента.

У першому випадку найбільші можливості для спостереження представляють кафе і ресторани з великим ступенем розкритості будівлі. Необхідно вміло показати інтер'єр перехожому і викликати бажання відвідати кафе або ресторан. У той же час важливо проявити міру і такт по відношенню до відвідувачів, що перебувають у залі. Далеко не кожній людині принесе задоволення бути об'єктом спостереження перехожих. Ця обставина може викликати зворотну дію, бути причиною відмови від відвідування цього закладу.

Розкриття зали на вулицю не завжди прийнятне на 1 поверсі, де відвідувача видно з близької відстані. Якщо ж зал для обслуговування розташований на другому поверсі і вище, то тут розкриття не може служити предметом незручності для відвідувача. Розкриття вестибюля, демонстрація його обробки, меблів, декоративно-художніх засобів відіграє певну роль, як реклама підприємства. Вестибюль доступний погляду перехожого в будь-який час: і вдень, і ввечері. Зала для обслуговування при розміщенні на другому поверсі внаслідок віддаленості від глядача може бути об'єктом спостереження, головним чином, у вечірні години. Основним засобом психологічного впливу на перехожих буде освітлення залу, а також пластичне рішення стелі, форма світильників. При проектуванні освітлення ресторану слід враховувати сприйняття його ззовні, роль будівлі в світловій композиції вечірнього міста, зв'язок і взаємодія освітлення залу і зовнішньої світлової реклами. Продумано треба підходити і до підбору штор.

Крикливе забарвлення, випадковий малюнок можуть зіпсувати враження про ресторан. Для закладів більш високого рівня обслуговування підходять стримані колірні рішення, переважання ніжних, пастельних тонів, однобарвності малюнка. Для того, щоб інтер'єр став елементом реклами, він повинен чимось істотно відрізнятися від інтер'єрів подібних підприємств. До таких відмітних особливостей може бути зарахований ряд ознак: розташування ресторану в незвичайному місці - на телевежі, на борту списаного корабля, на горі, в гроті і т.д.

Завжди привертають до себе увагу ресторани, розташовані в будівлях, що представляють історичний або етнографічний інтерес (кафе в старій вітряної млині, у старовинних винних погребках). Запам'ятовуються, викликають інтерес інтер'єри та будівлі, стилізовані під старовину, виконані в екзотичному стилі. Однак, слід мати на увазі, що такий ресторан не може конкурувати з справжніми старовинними спорудами. Стилiзовані підприємства будують в курортних місцях, і особливо в місцях, часто відвідуваних туристами. Широке поширення стилізаторськими рішень, застосовуваних до закладів ресторанного господарства, пояснюється тим, що в століття великих швидкостей,

перевантаження інформацією людині потрібно розрядка, яку він знаходить в середовищі відпочинку, що відрізняється від звичайної.

З іншого боку, сучасна архітектура не завжди може задовольнити духовні запити людини. Це і послужило причиною появи в інтер'єрі ресторанів і кафе фрагментів «дикої природи», звернення до архаїки селянського, рибальського побуту тощо. До стилізації архітектори вдаються у тих випадках, коли вони не можуть знайти художньо повнокровних сучасних рішень, щоб створити атмосферу свята, романтичної піднесеності. Своєрідність сучасному закладу ресторанного господарства надає оформлення залу для обслуговування із застосуванням декоративнохудожніх засобів, що містять національні мотиви. Зазвичай надовго залишається в пам'яті характерна деталь інтер'єру - фонтан, камін, дерево, що росте в приміщенні, тощо. Вітринні вікна торгового залу часто використовуються для реклами підприємства і хоча кошти реклами адресовані перехожим, сприймаються вони також із залу. Оздоблення вітрин можна розділити на два типи.

До першого належать вітрини, що дають функціональну інформацію про меню, фірмових стравах (частіше так оформляють підприємства «fast food»). В якості рекламних засобів можуть бути використані силуети посуду, приладів, назва страв, виконані на склі або на скляних екранах, підвішених на шнурах. Малюнки і написи на склі, особливо нанесені білою фарбою або травленням, практично не зменшують освітленості.

Другий вид оздоблення вітрин впливає на людину асоціативно, апелюючи до почуття прекрасного. Найчастіше це прикраси вторинного вікна або суцільного скляного огороження квітами, великоформатними фотографіями із зображенням архітектурних та природних пейзажів, застосування красивих штор. Необхідно мати увазі, що будь-який предмет, виставлений у вітрині, не повинен погіршувати вигляд залу. Час накладає відбитки архітектури, особливості національного життя на інтер'єр.

Основними критеріями при виборі засобів декоративно-художнього рішення інтер'єру є:

- Ø архітектурно-художня тема інтер'єру, його загальний задум;
- Ø тип підприємства;
- Ø особливості обслуговується контингенту відвідувачів.

Коли людина знаходиться в ресторані протягом декількох годин, то може уважно розглянути панно або декоративний посуд. Наприклад, панно в кафетерії повинно бути зрозуміле з 1 погляду, а сюжет панно в залі ресторану повинно осягатися поступово. Якщо відвідувач буде знаходити в ньому в міру спостереження все нові й нові деталі, то інтерес до панно буде тривалим. Тонкі нюанси, колірні і фактурні співвідношення зроблять панно важче освоюваним. Видається за доцільне орієнтуватися не так на застосування постійного дорогого декору (мозаїчні панно або обробка стіни цінними породами дерева), а на прикраси, які легко можна було б замінити: декоративні тканини, декоративний

посуд, великоформатні фотографії і т.д. Так, у молодіжному кафе інтер'єр може бути більш насичений декором, форми більш активні, ніж в кафе, яке відвідують літні. Прикрашаючи зал, важливо дотримати міру, не перевантажити його декоративними деталями, внаслідок чого він стане строкатим, неспокійним. Якщо в залі немає прикрас, це не означає, що інтер'єр його не цікавий. Декоративні функції можуть нести і меблі, і світильники, і штори, і розсувні перегородки, фактура стін. До помилок, які допускаються при оформленні інтер'єру, слід віднести сусідство панно, декоративно-прикладних виробів з технічним устаткуванням приміщення і торгово-технологічним обладнанням. Наприклад, в національному ресторані поруч з селянськими лавками, прядкою, кінською зброєю (які надають залу своєрідний колорит старовини), можна побачити радіатор опалення, вентилятор, електричний вимикач, які підривають довіру відвідувача до обстановки, робить її безглуздою. Вимагає смаку і художньої культури взаємне розміщення елементів оздоблення. Сусідство двох творів мистецтва різного ступеня помітності змушує зблякнути твір, вирішене в м'якій манері. Так, сусідство яскравого і помітного вітража і скромною карбування або чорно-білого фотопанно роблять карбування та фотопанно невиразними, непоказними.

### **3. Предмети декоративно-прикладного мистецтва. Тканини в інтер'єрі.**

Вироби декоративно-прикладного мистецтва: посуд, одяг, вироби з тканих матеріалів, предмети домашнього вжитку, декоративні вази, настінні тарілки. У ресторанах декоративно-прикладні вироби застосовують як за їх унітарним призначенням, так і як прикраси.

У першу групу входять: драпірувальні тканини, килими, меблі в народному стилі, фірмовий посуд, посуд для квітів, світильники ремісничого виробництва, свічники, одяг офіціантів, зшита в стилі народних традицій або в стилі певної історичної епохи.

До другої групи можуть бути віднесені, такі предмети, прикраси як вази, глечики, тарілки, зброя, іграшки, шкури тварин та їх опудала, старовинна одяг. Тканини в інтер'єрі застосовувалися завжди широко. Вони захищають гостей від поглядів перехожих, від надлишку сонячної радіації, завдяки високому звукопоглинанню сприяють зменшенню шуму. Значення тканин зростає у зв'язку з необхідністю індивідуалізації інтер'єрів підприємств, пом'якшення строгих форм і ліній архітектури. У залах ресторанів тканини застосовують у вигляді штор і гардин на вікнах, порт'єр на дверях, килимів настінних і підлогових, килимових покриттів підлоги, оббивки стільців, крісел, диванів, а також у вигляді скатертин та серветок. Для оббивки меблів повинні застосовуватися кольори соковиті, насичені. У великих залах, розділених на кілька зон, можна встановлювати крісла різних кольорів і форм. Широке поширення в якості оббивного матеріалу отримала штучна шкіра. Однак, у натуральних тканин є перевага: вони м'якше, тепліше, від них не лисніє одяг, меблі здається затишніше.

Вибір кольору штор і порт'єр не обмежується. Зазвичай віддається перевагу тканинам світлих тонів, що м'яко контрастують зі стінами.

У приміщеннях, де відвідувач знаходиться недовго, - у вестибюлі, аванзалі, цей контраст може бути більш відчутним. Якщо вікна виходять на південь або захід, колір штор не обмежується, вони можуть мати і теплий, і холодний відтінок. При північній і східній орієнтації слід віддавати перевагу тканинам теплих тонів. Рекомендується міняти штори від пори року. Для літа - більш інтенсивного забарвлення, тому що сонце розбілює колір, знебарвлює матеріал. Треба уникати холодних тонів в недостатньо освітлених приміщеннях, тому що вони здаватимуться похмурими. Не слід застосовувати ворсові та букльованийі тканини, тому вони поглинають багато світла і зайво затемнюють приміщення. Драпірувальна тканина може виступати основним елементом в композиції залу, доповнювати основну тему інтер'єру чи бути нейтральною. Тканина визначає вигляд залу, розвиває тему назви кафе чи ресторану. До числа нейтральних штор відносяться штори одноколірні, тюлеві гардини. Панно витіснили картини. Художньо збагачуючи інтер'єр, панно конкретизує його вигляд. Сучасне панно відрізняє велика композиційна свобода. Воно не має обрамлень і нерідко скомпоновано з різномасштабних елементів. Панно охоплює весь інтер'єр. Допустимі найрізноманітніші поєднання матеріалів: з металевої стрічки і пластикового шнура; панно, виконані за допомогою випалювання по дереву або деревостружкової плиті, шляхом травлення по склу, карбування і склобетон, різьба по гіпсу і тесненіє по шкірі. В якості сюжетів панно в ресторані підходять пейзажі: міський сільська, гірський, морський, лісовий. Наприклад, фотопанно зображує черепичну покрівлю. Можуть бути використані історичні сюжети, сценки з народного побуту, натюрморт, зображення свята і т.д.

Для панно треба вибирати найбільш виражені, добре розглядаємим ділянки залу. Небажано розташовувати панно на стіні з вікном. Будучи найяскравішою деталлю на стіні, вікно зробить панно непомітним, невиразним. Неприйнятно також сусідство панно з дверима. У цьому випадку двері краще маскувати декоративним екраном. У великих залах може бути кілька панно. Часто одному з них відводиться головна роль у залі, решта панно розвивають тему основного. У ресторанах панно нерідко розміщують у танцмайданчики, ефектно утворюючи композиційний центр залу. У цьому випадку треба мати на увазі наступне: панно не повинно бути занадто яскравим, насиченим, тому що під час концертного подання буде заважати глядачеві. У свою чергу, треба розміщувати панно так, щоб оркестр не закривав його. Так, якщо використовувати помітні тони в залі невеликих розмірів, то тим самим буде підкреслено, посилено враження замкнутості. Набули поширення безсюжетні панно, краса яких заснована на виявленні естетичних якостей застосовуваних матеріалів. Особливу виразність набуває панно з підсвічуванням штучним або природним світлом (вітраж). Останнім часом панно виконують з склобетону. Світломузика створює своєрідну атмосферу в інтер'єрі.

#### **4.Освітлення як елемент інтер'єру.**

Зали закладів ресторанного господарства можуть мати природне та штучне освітлення або тільки штучне. Вони мають достатнє природне освітлення, якщо співвідношення площі вікон і площі підлоги складає 1:6.

Світло в інтер'єрі - складна та багаторівнева система, до якої входить верхнє, бокове, настільне та напідложне освітлення.

Штучне освітлення є одним із найбільш вагомих елементів інтер'єру. В сучасних умовах створюються зали зі штучним освітленням, що відповідає концепції закладу. Залежно від призначення та композиційних засобів розміщення світильників розрізняють системи загального, місцевого (локального, спрямованого), індивідуального та змішаного освітлення. Загальне освітлення - система світильників, розміщених під стелею або на стінах, які рівномірно освітлюють усе приміщення.

Локальне (спрямоване) освітлення - система освітлення окремих столів, ділянок залу, умовно обмежених або виділених зон, а також елементів устаткування та декоративного оформлення. Індивідуальне освітлення - дає можливість виділити естраду або зону для танців. Тут передбачають кольоромузику, підсвітлення фрагментів поверхонь стін, підлоги, декоративних та інших прикрас залу.

Змішане освітлення - це поєднання загального та локального освітлення. Зал освітлюється загальним світлом, а окремі ділянки або елементи його виділяються додатковим спрямованим пучком світла. Дуже важливим є вирішення вечірнього освітлення. У залах з високою стелею вішають легкі красиві люстри, при низьких стелях використовують витончені плафони. Додатково до них на стінах можна розмістити настінні світильники - бра, а на столах біля стін - настільні лампи з абажурами чи іншої форми, біля столів торшери - напідложні світильники. Дуже поширеним є використання «живого вогню» - свічок різноманітних розмірів та форм з ароматизаторами або без них, каміна тощо.

#### **5.Колір в залах закладу ресторанного господарства.**

Здавна кольорам люди надавали великого значення, за їх допомогою навіть намагалися лікувати деякі хвороби. Наш час - час точних наукових даних про колір. У художників і архітекторів з'явилися нові можливості організації інтер'єрів закладів ресторанного господарства, колірне трактування яких стало більш вільним. Ресторани, кафе, бари - специфічні об'єкти для художніковоформлювачів. Будучи місцями масового відпочинку, вони одночасно виконують цілком конкретну функцію «пунктів прийому їжі». Саме тому при проектуванні оформлення закладів ресторанного господарства необхідно враховувати наукові дані про фізіологічний вплив на людину світла і кольору. За впливом на загальний характер життєдіяльності організму кольори прийнято ділити на збуджуючі або теплі (червоний, коричневий, помаранчевий), нейтральні (жовтий, зелений, сірий) і заспокійливі або холодні (синій,

фіолетовий). Теплі тони стимулюють фізичні зусилля, в тому числі процес травлення, створюють відчуття затишку, асоціюючись з сонячним світлом, вогнем домашнього вогнища. Холодні ж розслаблюють і знижують м'язовий тонус. У ряді кафе, барів, ресторанів обробка стель темна, стіни і меблі світлі джерела світла - збоку і знизу.

Мета такого оформлення інтер'єру - створити романтичну і дещо «таємничу» обстановку, яка буває у гротах. Проте відвідувачі нерідко скаржаться на брак світла в залі, оскільки важко розрізнити в напівтемряві навіть обличчя співрозмовника, не кажучи вже про будь-який друкований текст (в газеті, книзі, журналі, меню). У фізіологічних реакцій на колір досить загальний і універсальний для більшості людей характер. Зелений колір (але не світло) в загальнобіологічному сенсі найсприятливіший, бо це - природний фон оточення людини. Ось чому фізіологи рекомендують ширше використовувати в якості основного елементу інтер'єру живі рослини. Застосування того чи іншого кольору дозволяє «регулювати» мікроклімат. Гігієністи встановили, наприклад, що при однаковій температурі повітря в жовтому приміщенні здається тепліше, а в блакитному - холодніше. Впливає колір і на сприйняття величини простору. Захоплюючись темними, теплими і насиченими тонами при оформленні підприємств, митці не повинні забувати, що вони тим самим як би роблять приміщення вже і нижче.<sup>74</sup> У свою чергу білий колір для обробки приміщень найменш прийнятний. Справа в тому, що він змушує зіниці звужуватися, тобто є некомфортним для зору. Крім цього, така обробка надає приміщенням казенного, лікарняного виду.

#### **6.Квіти та фітодизайн у закладах ресторанного господарства.**

В закладах ресторанного господарства значну увагу приділяють озелененню приміщень та прикрашанню столів квітами. Багатолітні квіти і рослини в горщиках розміщують у вестибюлі, аванзалі, торгових залах, а зрізані ставлять на столи. Зал може бути прикрашений і декоративними квітами та рослинами. Обслуговуючому персоналу необхідно знати правила догляду за квітами. Декоративні квіти і рослини в горщиках періодично ретельно миють. Вони завжди мають виглядати свіжими, доповнюючи інтер'єр закладу. Для прикрашання столу можна використовувати свіжі квіти - садові, польові, за винятком квітів із різким або терпким запахом. Для створення композицій використовують різні аксесуари: вази та інші ємності (гличики, плетені корзинки тощо), каркаси з дроту, дротяну сітку, скляні кульки тощо.

Квіти просто можна ставити у вази, заповнені свіжою водою. Дві-три садових або польових квітки, зелена гілочка, колоски можуть прикрасити обідній стіл. Для обслуговування урочистих обідів, сніданків, вечерь створюють складніші композиції. Великі квіти поміщають у високу вазу, для невеликих використовують плоскі вази і тарілки. Троянди, гвоздики, орхідеї краще поставити у вази з кришталю, порцеляни, металу. Польові й лісові природно виглядають в невеликих глиняних, керамічних, скляних або простих

порцелянових вазах. Злаки краще ставити в білі порцелянові вази, сухі гілки - у керамічні. Залежно від композиції використовують вази різної форми: циліндричної, конічної, кулястої, округлої, овальної, прямокутної.

Висота букета, що стоїть у центрі столу, має бути не більше 25 см, а його діаметр пропорційний розміру столу. На довгому бенкетному столі йому надають форму овалу. Наприклад, гвоздики або троянди можна нахилити в обидва боки від центральної лінії овалу на 15-40°. У центрі композиції розміщують декілька квіток (3-5) під кутом 60-90° до дна вази. Гармонія композиції з квітів досягається при співвідношенні між висотою вази і висотою букета відповідно 3:5, висотою букета і загальною висотою - 5:8, діаметром (шириною) вази і шириною букета - 3:5. У вазі рослини мають стояти вільно. Ту частину стебел, які занурюють у воду, очищають від листя. Квіти ставлять у невеликих вазах рівномірно по всьому бенкетному столу. На головному столі в центрі розміщують одну невисоку вазу з квітами. Букет завжди виглядатиме привабливо, якщо у вазу покласти вкладиш з отворами або металевою сіткою, в отвори якої вставляють стебла. Можна також використовувати наколку "їжачок", у цьому випадку стебла насаджують на голки.

Найпростіший спосіб - вкласти у вазу паличкирозпірки. Рідше використовують пряжу із синтетичних ниток або мох. Квіти можна покласти на стіл. У цьому випадку їх розкладають уздовж всього столу у вигляді гірлянди. Можливі й інші варіанти прикрашання столу, коли у центрі ставлять низьку вазу з квітами, з боків кладуть зелень, а на її тлі через увесь стіл - троянди або гвоздики. Ближче до набору винуватців свята можна поставити в мініатюрній порцеляновій або керамічній вазі фіалки або незабудки, а в центрі столу викласти гірлянду. При подачі десерту в іншому приміщенні на окремі столики ставлять у вази по 2-3 квітки. Столи для бенкету-фуршету прикрашають квітами у великих вазах на масивних стійких ніжках. Якщо стіл досить широкий, то у центрі можна встановити невелику "гірку", а на неї - вазу з квітами, фрукти, декоративну кераміку, свічки у свічниках. Таке оформлення надасть фуршетному столу особливої урочистості. Одним із елементів побудови композиції з квітів є колірне вирішення. Композиційним центром букета є квіти світлих, теплих тонів, темні і холодні використовуються як додаткові. Для оформлення букета можна використати листя аспарагуса, бегонії, папороті, гілочки плюща чи барвінку, берези, верби, вишні, сухі гілочки дерев і ліан. Для створення новорічних святкових композицій використовують ялинові гілочки, доповнюючи їх живими квітами, свічками, горіхами тощо. Ялинові гілочки прикрашають невеликими ялинковими іграшками. При оформленні столу для весільного бенкету частіше використовують білі або червоні квіти. Перевагу віддають трояндам і гвоздикам. Весільний стіл може бути прикрашений квітами білого, червоного, рожевого та інших (за винятком жовтого і темного) кольорів.

### **ТЕМА 3. ПОСЛУГИ У КОНЦЕПТУАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

#### **ПЛАН**

**А) Характеристика комплексу послуг закладів ресторанного господарства**

**Б) Основні та додаткові послуги ресторану**

#### **Список рекомендованої літератури:**

1. Головня О.М. Тенденції розвитку готельно-ресторанного господарства в умовах формування соціально орієнтованої національної економіки. Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2019. № 1. С. 53-69.

2. Головня О.М., Луцяк В.В., Ставська Ю.В. Стратегічне планування і тактика інноваційної діяльності у рестораних підприємствах: розроблення функціональних харчових продуктів. Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. 2018. №1 (24). С. 103-113.

3. 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. Маловичко С. В. Ринок ресторанних послуг: особливості поведінки споживачів та тенденції розвитку в США, країнах ЄС та Україні / С. В. Маловичко, І. А. Карабаза // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. Серія : Економічні науки. - 2020. - № 1. - С. 83-91.

5. Рябенка М. О. Оцінка якості послуг у готелях і ресторанах / М. О. Рябенка // Причорноморські економічні студії. - 2020. - Вип. 52(2). - С. 46-51.

**А) Характеристика комплексу послуг закладів ресторанного господарства**

Ресторанне господарство - це вид економічної діяльності суб'єктів господарювання щодо надання послуг для задоволення потреб споживачів у харчуванні з організацією дозвілля або без нього.

Суб'єкти господарювання здійснюють торговельно-виробничу діяльність у ресторанному господарстві через заклади ресторанного господарства.

Заклади ресторанного господарства надають споживачам комплекс різноманітних послуг, які за своїм характером можна поділити на:

- послуги харчування;
- послуги з виготовлення кулінарної продукції та кондитерських виробів;
- послуги з реалізації продукції;



- послуги організації обслуговування споживачів (реалізація продукції та організація її споживання);
- послуги з організації дозвілля;
- інформаційно-консультативні послуги;
- інші послуги.

Послуги харчування - це послуги з виготовлення кулінарної продукції, її реалізації і організації споживання відповідно до типу і класу закладу, тому вони поділяються на послуги харчування: ресторану, бару, кафе, закусочної, їдальні тощо.

Послуги з реалізації продукції власного виробництва і закупних товарів та послуги з організації споживання є двома складовими поняття організація обслуговування.

*Послуги з виготовлення кулінарної продукції і кондитерських виробів у закладах ресторанного господарства включають:*

- виготовлення кулінарної продукції та кондитерських виробів на замовлення споживачів, у тому числі у складному виконанні та з додатковим оформленням;
- виготовлення страв з сировини замовника;
- послуга кухаря, кондитера з виготовлення страв, кулінарних і кондитерських виробів удома;

*Послуги з реалізації продукції включають:*

- реалізацію кулінарних та кондитерських виробів за межами закладу ресторанного господарства;
- відпуск обідів додому;
- комплектування наборів кулінарної продукції в дорогу, в тому числі туристам для самостійного приготування;
- реалізація кулінарної продукції і кондитерських виробів через розносну та дрібно роздрібну мережу.

*Послуги з організації споживання продукції та обслуговування споживачів включають:*

- організацію обслуговування свят, сімейних обідів, ритуальних заходів;
- організацію обслуговування учасників конференцій, семінарів, нарад, культурно-масових заходів тощо;
- послуги офіціанта (бармена) з обслуговування вдома;
- доставку кулінарної продукції та кондитерських виробів на замовлення споживачів, у тому числі в бенкетному виконанні;
- доставку кулінарної продукції та кондитерських виробів на замовлення і обслуговування споживачів на пасажирському транспорті (у тому числі в купе, каюті, салоні літака);
- доставку кулінарної продукції, кондитерських виробів і обслуговування споживачів на робочих місцях і вдома;

- доставку кулінарної продукції, кондитерських виробів і обслуговування в номерах готелю;
- бронювання місць у залі закладу ресторанного господарства;
- продаж талонів та абонементів на обслуговування скомплектованими раціонами.

*Інформаційно-консультативні послуги включають:*

- консультації спеціалістів з виготовлення, оформлення кулінарної продукції, кондитерських виробів та сервування столу;
- консультації дієтичної сестри з питань використання дієтичної продукції при різних захворюваннях (у дієтичних їдальнях);
- організацію навчання кулінарній майстерності.

*Послуги з організації дозвілля включають:*

- організацію музичного обслуговування;
- організацію проведення концертів, програм вар'єте і відео-програм;
- забезпечення газетами, журналами, настільними іграми, ігровими автоматами, більярдом тощо.

*До інших послуг включають:* прокат столової білизни, посуду, наборів, інвентарю; продаж фірмових значків, квітів, сувенірів; надання парфумерії, засобів для чищення взуття; дрібний ремонт та чищення одягу; пакування страв та виробів після обслуговування споживачів або куплених на підприємстві; надання споживачам телефонного та факсимільного зв'язку, гарантування збереження особистих речей і цінностей споживача, виклик таксі на замовлення, паркування особистого транспорту споживачів на організованій стоянці тощо.

## **Б) Основні та додаткові послуги ресторану**

Ресторани належать до закладів ресторанного господарства загальнодоступної мережі. Їм властиві не тільки загальні функції загальнодоступних закладів (підприємств) ресторанного господарства: виробництво, реалізація та організація споживання продукції харчування, а й специфічні даному типу підприємства, а саме:

ї поєднання вищеназаних функцій з організацією відпочинку, розваг та дозвілля споживачів;

ї надання продукції та послуг високої якості за цінами, що відповідають класу ресторанів;

ї надання додаткових супутніх послуг: послуги з доставки їжі за адресою, сервісні послуги на дому, в офісі тощо.

Вимоги до ресторанів різного класу охоплюють комплекс вимог до ресторанів, які можна об'єднати у такі групи:

ї вимоги до місця знаходження та стану прилеглої території;

ї приміщень для споживачів;

ї меню та прейскуранта, асортименту кулінарної продукції та закупних товарів;

ї персоналу, організації торгово-виробничих процесів, дотримання умов техніки безпеки праці;

ї надання послуг, контроль за їх якістю, дотримання санітарно-гігієнічного режиму на підприємстві.

Послуга з організації харчування у ресторанах є основною. При організації харчування може бути запропонований вільний вибір страв, скомплектовані раціони харчування, святковий сніданок, обід чи вечеря. При наданні цієї послуги в більшості ресторанах застосовують метод обслуговування офіціантами (повне або часткове обслуговування). У ресторанах "люкс" при подаванні страв використовують спеціальні ефекти, розробляють ритуал подавання страв, страви готують у присутності споживачів. У ресторанах швидкого обслуговування, як правило, застосовують метод самообслуговування. У багатьох ресторанах в окремому приміщенні встановлюють барну стійку, що дозволяє розширити комплекс послуг з організації харчування.

Особливе місце в організації дозвілля займає музичне обслуговування. У ресторанах "вищого" класу та "люкс" можуть бути організовані виступи вокально-інструментальних ансамблів, солістів, естрадних співаків тощо. У ресторанах "першого" класу музичне обслуговування забезпечується завдяки використанню музичних автоматів, відео- та аудіоапаратури тощо. У ресторанах, як правило, передбачається танцювальний майданчик.

**Додаткові послуги**, що надають ресторани, поділяються на три групи:

- 1) з реалізації та організації споживання продукції й послуг;
- 2) зі створення зручностей для споживачів ресторану;
- 3) з організації дозвілля.

*У першу групу* ввійшли такі:

ї організація обслуговування святкових та ділових зустрічей за межами ресторану (кейтерингові послуги);

ї доставка кулінарної продукції, кондитерських виробів та обслуговування споживачів за замовленням на робочих місцях, удома, в номері готелю, на транспорті тощо;

ї послуги офіціанта (бармена) вдома;

ї реалізація талонів (абонементів) на обслуговування скомплектованими раціонами;

ї пакування виробів, куплених у ресторані.

*До-другої групи* можна віднести такі послуги:

ї бронювання місць у залі ресторану за телефоном;

ї гарантоване зберігання особистих речей споживачів (верхнього одягу, сумок тощо);

ї виклик таксі за замовленням споживачів;

ї догляд за дітьми;

ї продаж квітів, сувенірів;

ї телефонний зв'язок;

ї обмін валют;

ї прийом для розрахунку кредитних карток тощо. *Третя група* включає додаткові послуги з організації дозвілля.

Це може бути казино при ресторані, більярдний або боулінг-клуб, дискотека, ігрові автомати тощо.

Для збільшення місткості ресторану у весняно-літній сезон при ньому функціонує літній (відкритий) майданчик (літній ресторан). Він може бути не тільки доповненням до стаціонарного ресторану, а й повноцінним різновидом ресторану. Завдяки цьому закладу харчування споживачам створюються додаткові зручності дозвілля: можливість посидіти на свіжому повітрі в комфортних умовах у колі друзів.

## ТЕМА 4.

### ЕКСКЛЮЗИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ СЕРВІСУ У КОНЦЕПТУАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

#### Список рекомендованої літератури:

9. Ботштейн Б. Б. Основні принципи розробки та впровадження F&B-концепції кухні тематичного ресторану. Прогресивні техніка та технології харчових виробництв ресторанного господарства і торгівлі. 2019. Вип. 1. С. 7-18.
10. Головня О.М. Тенденції розвитку готельно-ресторанного господарства в умовах формування соціально орієнтованої національної економіки. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2019. № 1. С. 53-69.
11. Головня О.М., Луцяк В.В., Ставська Ю.В. Стратегічне планування і тактика інноваційної діяльності у рестораних підприємствах: розроблення функціональних харчових продуктів. *Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту*. 2018. №1 (24). С. 103-113.
12. 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.
13. Матвій М. Формування концепції гостинності в інноваційному маркетингу послуг рестораних підприємств. *Журнал європейської економіки*. 2014. Т. 13, № 3. С. 304-323.
14. Пандяк І. Г. Методологічні основи морально-побутової концепції готельно-ресторанного бізнесу. *Географія та туризм*. 2018. Вип. 43. С. 21-30.
15. Полстяна Н. В. Моноресторан як нова концепція ресторанного господарства в Україні. *Молодий вчений*. 2019. № 4(1). С. 182-184.
16. Організація ресторанного господарства: конспект лекцій. Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа, рівень вищої освіти «бакалавр» (для студентів 2 курсу факультету туризму та ЗО), кафедра готельно-ресторанного бізнесу, Паска М.З., д-р наук, професор, 2019. Organization of restaurant business: lectures inspect, Paska Mariia, Dr. of Science.

Основними напрямками розвитку сучасних технологій обслуговування в ресторанах, барах та кафе є:

- о створення ресторанів по типу Free Floor - нового формату фаст - Фуду;
- з відкриття фуд-кортів;
- і створення концептуальних підприємств ресторанного господарства;
- о створення ресторанів з японською кухнею;
- о розширення мережі віртуальних ресторанів, що забезпечують замовлення по мережі Інтернет і доставку його споживачеві;
- З приготування страв у присутності відвідувачів;
- о організація обслуговування за системою кейтерінг;

- о впровадження мерчандайзингу (збуту продукції та послуг).

Free Floow. Сьогодні вітчизняний ринок ресторанного харчування поповнився новим форматом - ресторан типу фрі-фло. У фрі-фло (в перекладі - "вільний потік" або "вільний рух") для українців багато незвичайного. Це заклад нового типу як за формою обслуговування, так і за технологією приготування їжі. Фрі-фло - своєрідний гібрид ресторану, фаст-фуду і "шведського столу". Від першого фрі-фло запозичив комфортність та акцент на інтер'єр, від другого - швидке обслуговування. Як і у форматі "шведський стіл", у фрі-фло клієнту також пропонується свобода вибору і безпосередній доступ до товару.

### **Формування загальних принципів надання послуг у закладах ресторанного господарства. Стандарти обслуговування, гігієни та якості продукції**

Усі виробничі процеси надання послуг класифікуються за такими ознаками: - за способом дії на предмет праці; - за типом використовуваного обладнання; - за мірою механізації; - за обсягом пропонованих послуг; - за перервністю чи безперервністю процесу. Коли дія на предмет праці в межах виробничого процесу здійснюється при безпосередній участі людей, такий процес визначається як технологічний, якщо без їхньої участі (йдеться про дію природних сил - бродіння, закисання, окислення), тоді зазначений процес визначається як природний. За типом використовуваного обладнання виробничі процеси поділяються на відкриті й апаратурні.

На підприємствах готельно-ресторанного бізнесу переважає застосування відкритих процесів. Нині в готельно-ресторанному бізнесі виділяються такі рівні механізації виробничих процесів: ручний, машинно-ручний й машинний. За обсягом пропонованих послуг підприємства поділяються на малі, середні, великі й дуже великі.

Незалежно від масштабів діяльності підприємства та інших ознак виробничі процеси поділяються на перервні (дискретні) й безперервні. Організація виробничого процесу надання послуг вимагає дотримання певних принципів, які менеджер повинен опанувати й використовувати у практичній діяльності. Головними з них є: спеціалізація, пропорційність, паралельність, прямоточність, безперервність, ритмічність, циклічність й комплексність.

Спеціалізація - передбачає організацію виробничого процесу в межах цеху, дільниці, робочого місці. Цей принцип базується на необхідності специфічного використання обладнання, технології, сировини, матеріалів, фахівців, виготовлення послуг різних за споживчим напрямом.

Спеціалізація значною мірою підвищує якість вироблених послуг, прискорює виконання робіт, підвищує продуктивність праці, а відтак є економічно ефективною. Недоліком спеціалізації є те, що праця робітників стає монотонною й зумовлює зростання психологічного навантаження на них. Пропорційність в організації виробничого процесу передбачає дотримання визначеного співвідношення щодо функціонування окремих структурних

підрозділів, в результаті чого забезпечується відповідність щодо їх пропускну́ї спроможності, виключаються різного роду затримки, створюються умови для ритмічної роботи. Під паралельністю виробничих процесів необхідно розуміти одночасність їх здійснення на різних стадіях в часі й просторі, якщо послідовність операцій не має принципового значення. Наприклад, на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу водночас здійснюються послуги розміщення гостей, їх харчування, відпочинку і розваг, прибирання гостьових кімнат тощо.

Прямоточність як принцип організації означає забезпечення найкоротшого інтервалу між окремими етапами виробничого процесу з метою скорочення загальних часових витрат на виробництво й надання послуг. Наприклад, розташування окремих цехів та обладнання для виробництва продукції у ресторанах повинне відповідати ходу виробничого процесу. Поряд із складськими приміщеннями розміщуються цехи для первинної обробки сировини, а між окремими цехами встановлюється зручний взаємозв'язок.

Безперервність виробництва передбачає економію часу (мінімізація або повне усунення перерв), а відтак найефективніше використання обладнання, засобів праці й робочої сили. Важливим принципом організації виробничого процесу є його ритмічність, яка виражається в рівномірному виготовленні послуг (продукції) в однакові проміжки часу на всіх етапах технологічних ланцюгів.

Стандарти обслуговування в ресторані – інструкція для персоналу, як потрібно поводитися з клієнтом в різних ситуаціях. Невідповідність стандарту або його чужорідність спричинять збиток. Наприклад, якщо відкривається китайський ресторан, то в ньому потрібно створити атмосферу сходу: одяг, поклони, інтер'єр – все має працювати на створення позитивного образу. Єдиного стандарту не може існувати як такого.

Стандарти обслуговування в ресторані – це той звід правил і рамок поведінки, в яких зобов'язаний діяти службовець. Саме в ньому відбивається політика закладу. Тут чітко прописуються фрази, які потрібно вимовляти, макіяж, рухи, міміка, а також час, що витрачається на кожну дію. Сюди ж вносяться критерії підбору персоналу, якими особистими якостями вони повинні володіти, способи навчання і контролю та багато іншого. Створивши потрібну атмосферу на вироблених стандартах обслуговування, ви створите комфортну і затишну обстановку, яка неодмінно буде оцінена по достоїнству. І на підставі її, стане причиною виникнення постійної клієнтури. Звичайно, важливим чинником у створенні потрібної атмосфери є здорові відносини в колективі. Серйозне і шанобливе ставлення до обслуговуючого персоналу видно неозброєним поглядом, і відповідно принижені і забиті працівники ніякими усмішками не приховують справжнього стану речей. Все це може звести нанівець стандарти обслуговування. Важливий і індивідуальний підхід до кожного гостя. Так, наприклад, персонал повинен з одного погляду визначати, як зустрічати гостя: в якому настрої він прийшов і чого його душа бажає. Велике значення надає перша

фразу, вимовлена при зустрічі відвідувача: якщо він у депресії, то не бажане зустрічати його з повним ентузіазму голосом «Ми раді вітати вас у нашому ресторані», за цим може послідувати несподівана реакція. На це існує стандарти обслуговування, де повинні бути прописані різні ситуації і способи поведінки в кожному конкретному випадку, щоб ефективно бути використані без зволікання.

Особливе місце в роботі підприємств харчування займає етичний бік обслуговування.

Висока етична культура - обов'язкова риса працівника індустрії гостинності. Це, по-перше, моральна вимога. Брутальність, безтактність, зневажливе відношення до людей неприпустимі в будь-якій сфері трудової діяльності. Приклади стандартів обслуговування При обслуговуванні по меню "а ля карт" перевага надається особам старшого віку перед молодшими, жінки перед чоловіками. Під час урочистих заходів перевага віддається ювілярові. При проведенні спеціальних заходів обслуговування починають з почесних гостей, незалежно від того, сидять вони за загально банкетним столом чи за окремими столиками. Варто враховувати і ті обставини, що на офіційних прийомах і банкетах нерідко присутні члени родин керівних осіб. Якщо за столом знаходяться дружини міністрів двох держав, то обслуговування починається не з них, а з міністра-гостя і міністра-хозяїна.

У межах спеціальних заходів офіціант по черзі обслуговує всіх гостей, що займають місця за столом у порядку суспільного рангу: спочатку ювіляра, потім почесного гостя, керівника організації, відповідальних представників, працівників організації. При пересуванні обслуговуючого персоналу по залу діють правила, схожі з правилами дорожнього руху: при зустрічному русі йти по правій стороні; обганяти ліворуч т. д. При сервіровці столів, а також у процесі безпосереднього обслуговування гостей офіціант рухається вперед. Робота, якову він виконує з правого боку від гостя, змушує його обходити стіл ліворуч. І навпаки- робота, виконувана офіціантом з лівого боку від гостя, змушує його обходити стіл праворуч. Стоячий з правого боку від гостя, офіціант виконує такі дії: - Розкладає прилади, які повинні лежати з правого боку (ложки, ножі); - Розставляє і забирає келиха, чарки и т. д.; - Подає пляшки з алкогольними напоїми; - розливає напої; - Розставляє тарілки із супом; - Подає чи наливає гарячі напої (каву, чай, шоколад и т. д.); - Подає меню; - Забирає зі столу тарілки, чашки, прилади, посуд із скла, пляшки, серветки й ін. Стоячий з лівого боку від гостя, офіціант виконує такі дії: - Розкладає прилади, які повинні лежати з лівого боку; - Розставляє і забирає пиріжкові та закусочні тарілки, салатниці; - Пропонує гостям тацю для збирання непотрібного посуду; Передумовою кваліфікованого обслуговування гостей на підприємствах ресторанного господарства є знання спеціальних правил пропозиції та відпускання різних страв і напоїв, а також технічних навичок прийомів їхнього подавання.

**Якість ресторанної продукції**



Якість продукції ресторанного господарства формується ще на стадії розробки певного виду продукції та закладається в нормативно-технічну документацію. Забезпечення заданого рівня якості продукції залежить, насамперед, від сформульованих у нормативно-технічній документації вимог до якості продукції, якості первинної сировини, досконалості рецептури й технології, дотримання технологічної дисципліни, рівня технічної оснащеності виробництва, кваліфікації кадрів, організації виробництва, ефективності контролю якості продукції на всіх стадіях виробництва. Забезпечення якості продукції включає в себе взаємопов'язані і взаємозалежні стадії та операції - від приймання сировини до зберігання та реалізації готової продукції. Якість продукції - це сукупність властивостей продукції, що обумовлюють її придатність задовольняти певні потреби відповідно до свого призначення. Техніко-економічне поняття "якість продукції" охоплює властивості продукції, пов'язані з можливістю задоволення продукцією певних суспільних або особистих потреб відповідно до її призначення. Якщо керуватися стандартним визначенням і враховувати специфіку продукції ресторанного господарства, під якістю продукції ресторанного господарства варто розуміти сукупність властивостей продукції, що обумовлюють її придатність для забезпечення нормальної життєдіяльності людського організму, тобто задоволення фізіологічних потреб людини в їжі й енергії з урахуванням правил раціонального харчування. Продукція ресторанного господарства має чимало властивостей, які можуть проявлятися під час її створення і споживання - розробки, виробництва, зберігання, транспортування, використання. Якість продукції можна визначити як сукупність технічних, технологічних і експлуатаційних характеристик продукції, за допомогою яких вона відповідатиме вимогам споживача. Вимір якості в цьому випадку передбачає визначення й оцінку ступеня відповідності продукції цій сукупності характеристик. Показник якості продукції може виражатися в різних одиницях (ккал, відсотках, балах тощо). Аналізуючи показники якості, варто розрізняти, з одного боку, найменування показника (вологість, зольність, пружність, в'язкість тощо), а з іншого - його числове значення, що може змінюватися залежно від умов. До якісних ознак продукції належать колір, форма виробу, спосіб поєднання компонентів. Кількісна ознака продукції є її параметром. Параметр продукції кількісно характеризує будь-які властивості, у тому числі ті, що входять до складу якості продукції. Можливість управління якістю продукції передбачає необхідність і можливість кількісної оцінки показників. Для оцінки якості продукції ресторанного господарства може застосовуватися система показників: одиничний, комплексний, визначальний, інтегральний.

Одиничний показник - це показник якості продукції, що характеризує одну з її властивостей, наприклад, смак, колір, аромат, вологість, пружність, консистенцію, набухання тощо. Одиничні показники можуть стосуватися як

одиниці продукції, так і сукупності одиниць однорідної продукції, характеризуючи одну просту властивість.

Комплексний показник - це показник, що характеризує кілька властивостей продукції або одну складну властивість, що має декілька простих. Наприклад, комплексним є показник "кулінарна готовність", яким оцінюють стан страви, що характеризується комплексом фізико-хімічних, структурномеханічних і органолептичних властивостей, завдяки яким страва стає придатною до вживання. Показник якості кулінарної продукції "харчова цінність" також є комплексним, тому що відображає всю повноту корисних властивостей продукції, пов'язаних з вмістом у ній широкого переліку харчових речовин (білків, жирів, вуглеводів, мінеральних речовин, вітамінів та ін.), її енергетичну цінність і органолептичні характеристики продукції. Для оцінки рівня якості продукції запроваджено поняття "базове значення показника якості продукції" - значення показника якості, прийняте за основу при порівняльній оцінці якості продукції.

Базовими значеннями можуть бути: - значення показників кращих вітчизняних і закордонних зразків, про якість яких є достовірні відомості; - значення показників якості, досягнуті в попередньому періоді, або заплановані значення показників перспективних зразків, знайдені експериментально чи теоретичними методами; - значення показників якості, обумовлені у вимогах на продукцію.

Оцінюючи якість продукції, треба знати номінальне значення показника якості. Це регламентоване значення показника якості продукції, від якого відраховується допущене відхилення. Номінальні значення показників якості й параметрів продукції наводяться в стандартах, технічних умовах та іншій нормативно-технічній документації.

Наприклад, стандартом "Напівфабрикати м'ясні натуральні" встановлюються маса шматочків дрібнокускових напівфабрикатів і їх форма, а за механізованого нарізання напівфабрикатів допускаються відхилення за масою і формою окремих шматочків не більше: для шашлику, гуляшу, азу - 25%; піджарки, бефстроганов, плову - 15% у кожній одиниці упаковки. Поряд з номінальними значеннями під час оцінки якості продукції враховуються і граничні значення показників якості.

Це найбільше або найменше регламентоване значення показників якості продукції, що наводяться в нормативно-технічній документації і використовуються для контролю якості продукції. Граничні значення можуть бути максимальними й мінімальними. Так, максимальне значення вмісту жиру в бульйоні кістковому концентрованому - не більше 1%, мінімальний вміст сухих речовин у биточках картопляних - не менше 23% (ТУ 28-12-84).

В процесі діяльності закладів ресторанного господарства відбувається закупівля і переробка продуктів, до якості яких встановлені відповідні вимоги ЗУ "Про якість і безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини". Однак,

служби контролю періодично виявляють порушення санітарних, технологічних та інших нормативних вимог підприємствами ресторанного господарства, що вказує на ймовірну небезпеку для здоров'я споживачів кулінарної продукції. За цих обставин питання контролю технологічних процесів виготовлення кулінарної продукції є актуальним для закладів галузі, потребує постійного пошуку найефективніших методів та засобів контролю якості. У випадку встановлення неякісних, небезпечних харчових продуктів та продуктів, які не отримали позитивного висновку санітарно-епідеміологічної експертизи, або сертифіката відповідності, чи термін споживання яких закінчився, а також встановлення продуктів, на які відсутні документи, що підтверджують їх якість, вони повинні бути вилучені з обігу.

Документи: Сертифікат відповідності (якості), Державний реєстр або висновок державної санітарно-гігієнічної служби, ветеринарний дозвіл для харчових продуктів і продовольчої сировини тваринництва, карантійний дозвіл для продукції рослинництва. Таким чином, контроль якості харчових продуктів і виготовлених страв відбувається згідно закону.

В процесі перевірки враховується, що всі страви повинні бути виготовлені із продуктів відповідної якості та безпечних для здоров'я споживачів. Якість страви формується в ході її приготування.

Основними чинниками, що формують якість страви, є: якість вихідної сировини, якість технологічного процесу, якість праці, якість устаткування, дотримання вихідного контролю (бракераж), якість методів контролю. Отже, якість і безпека страв є першочерговими критеріями харчування, тому заклади ресторанного господарства повинні щоденно практикувати безперервний контроль виконуваних процесів з виготовлення продукції та надання послуг. Це допоможе забезпечити належний рівень якості страв, а аналіз результатів операцій контролю може визначати шляхи підвищення якості продукції. Гігієна

В Україні документом, що регламентує санітарний стан закладів ресторанного господарства, є Санітарні правила для підприємств громадського харчування, включаючи кондитерські цехи і підприємства, що виробляють м'яке морозиво (СанПін 42-123-5777-91), із змінами, внесеними згідно із постановою Головного державного санітарного лікаря від 23 січня 2006 року № 2. Проте в самому найближчому майбутньому ресторанна чистота зі справи напівдобровільного і лише кілька скоригованого старомодними нормами СЕС може перетворитися в один з основних критеріїв оцінки рівня закладу.

Ініціативи контролюючого органу про впровадження однієї з ефективних методик управління безпечністю харчової продукції ХАССП (аналіз ризиків у критичних контрольних точках) і в сфері HoReCa звучать все частіше і наполегливіше. У закладах ресторанного господарства при проведенні поточного та генерального прибирань здійснюється профілактична дезінфекція, яка включає знезараження поверхонь приміщень, меблів, технологічного обладнання та інвентарю, посуду, повітря, спецодягу та інших предметів, використовуваних

в роботі: - Поточне прибирання всіх приміщень проводиться щоденно і по необхідності; - Генеральне прибирання всіх приміщень здійснюється не рідше разу на місяць (а в цехах з виготовлення кондитерських виробів з кремами - не рідше разу на 15 днів) і по необхідності.

Ефективною може бути дезінфекція тільки при якісно проведеній попередньої мийці, очищенню від видимих забруднень (включаючи білкові, жирові нашарування) поверхонь, інвентарю, обладнання. Адже бруд захищає мікроорганізми від впливу хімічних і фізичних факторів дезінфекції. Від 99,9% мікробів можна і потрібно позбавлятися за допомогою мийки та очищення, що є обов'язковою невід'ємною частиною процедури дезінфекції. Правила надання додаткових послуг. Забезпечення охорони та безпеки закладу ресторанного господарства

У процесі обслуговування, як правило, заклади ресторанного господарства надають споживачам комплекс послуг, перелік яких залежить від типу і класу закладу. Послуги повинні мати соціальну адресність, тобто відповідати вимогам певного контингенту споживачів. При їх наданні слід враховувати вимоги ергономічності, що характеризується відповідністю умов обслуговування гігієнічним, антропометричним та фізіологічним можливостям споживання.

Дотримання вимог ергономічності сприяє забезпеченню комфортності обслуговування, збереженню здоров'я і працездатності споживача. Наступна важлива вимога - естетичність послуг характеризується гармонійністю архітектурно-планувального і колористичного вирішення приміщень, а також умовами обслуговування, у тому числі зовнішнім виглядом обслуговуючого персоналу, сервіруванням столу, оформленням і подаванням страв. Вимога інформованості передбачає повне, достовірне та своєчасне інформування споживача про надавані послуги, зокрема по харчовій та енергетичній цінності кулінарної продукції, що дозволяє йому, з урахуванням віку та стану здоров'я, правильно підібрати меню. Вимоги інформативності забезпечуються також різними видами реклами.

Послуги закладів ресторанного господарства та умови їх надання мають бути безпечні для життя і здоров'я споживачів, забезпечувати збереження їхнього майна і охорону навколишнього середовища. Умови надання послуг повинні відповідати вимогам діючої нормативної інформації за рівнем шуму, вібрації, освітлення, стану мікроклімату, санітарним нормам і правилам, архітектурно-планувальним і конструктивним рішенням, вимогам електро-, пожежо- та вибухобезпечності. Екологічна безпека має забезпечуватися дотриманням встановлених вимог охорони навколишнього середовища до території, технічного стану та утримання приміщень, вентиляції, водозабезпечення, каналізації тощо, а також положень державних стандартів системи безпеки праці. Виробничий та обслуговуючий персонал повинен мати відповідну спеціальну підготовку щодо дотримання санітарних вимог і правил особистої гігієни на

виробництві, при зберіганні, реалізації та організації споживання кулінарної продукції.

Додаткові послуги, які надають ресторани, поділяються на три групи: - з реалізації та організації споживання продукції та послуг; - зі створення зручностей для споживачів; - з організації дозвілля.

До першої групи входить: - організація обслуговування святкових та ділових зустрічей поза межами ресторану (кейтерингові послуги); - доставка кулінарної продукції, кондитерських виробів та обслуговування споживачів за замовленням на робочих місцях, удома, в номері готелю, на транспорті тощо; - послуги офіціанта (бармена) вдома; - реалізація талонів (абонементів) на обслуговування скомплектованими раціонами; - пакування виробів, куплених у ресторані.

До другої групи можна віднести: - бронювання місць у залі ресторану за телефоном; - гарантоване зберігання особистих речей споживачів (верхнього одягу, сумок тощо); - виклик таксі на замовлення споживача; - догляд за дітьми; - продаж квітів, сувенірів; - телефонний зв'язок; - обмін валют; - прийом для розрахунку кредитних карток тощо.

Третя група включає додаткові послуги з організації дозвілля. Це може бути казино при ресторані, більярдний або боулінг-клуб, дискотека тощо. Для збільшення місткості ресторану у весняно-літній сезон при ньому функціонує літній (відкритий) майданчик (літній ресторан). Він може бути не лише доповненням до стаціонарного ресторану, а й повноцінним його видом. Завдяки цьому закладу харчування створюються додаткові зручності: можливість посидіти на свіжому повітрі в комфортних умовах у колі друзів.

До інших послуг належить: прокат столової білизни, посуду, наборів, інвентарю; продаж фірмових значків, квітів, сувенірів; надання парфумерії, засобів для чищення взуття; дрібний ремонт та чищення одягу; пакування страв та виробів після обслуговування споживачів або куплених на підприємстві; надання споживачам телефонного та факсимільного зв'язку; гарантування збереження особистих речей і цінностей споживача; виклик таксі на замовлення; паркування особистого транспорту споживачів на організованій стоянці тощо.

### **Безпека ресторану і відвідувачів**

Організовуючи роботу ресторану, слід продумати систему безпеки клієнтів. Слід виключити можливість отруєнь та використання неякісних продуктів. Потрібно контролювати чистоту в головному залі, на кухні й в інших приміщеннях ресторану. Величезну роль відіграє захист від дій відвідувачів. Підпитку люди можуть пошкодити майно.

Нерідко клієнти займаються крадіжкою. Вони крадуть ложки, перечниці, окремі елементи декору, намагаються піти не розплатившись. Задуматися про безпеку ресторану слід при виборі його місця розташування. Це повинен бути спокійний район з позитивною репутацією, у автомобільної траси. Ресторан слід розміщувати в будинках недалеко від міліцейських дільниць або від

передбачуваного пункту охорони. Обов'язкові працівники служби безпеки в самому приміщенні. Вони зможуть простежити за клієнтами і здійснити контроль над вхідними в ресторан.

У ресторані бажано знаходження медпункту чи лікаря, який зможе надати першу допомогу в разі характерних для закладу громадського харчування ситуацій. Відвідувач може вдавнитися, порізатися столовим прибором, ймовірно поява алергії на якийсь інгредієнт. Щоб уникнути отруєнь слід перевіряти якість продуктів поза ресторану і на кухні перед приготуванням страв. Важливо стежити за гігієною в приміщеннях і надавати клієнтам все для здійснення правильної техніки миття рук.

При оформленні ресторану необхідно продумати способи евакуації людей у разі екстрених ситуацій і аварій. Охорона повинна знати, що робити при пожежі, вибуху і при інших надзвичайних обставинах. У ресторані потрібен вогнегасник і запасний вихід. Подбати про безпеку закладу і клієнтів краще до відкриття. Служба охорони необхідна закладу ресторанного господарства для забезпечення його безперервної роботи, збереження матеріальних цінностей і товарів, а так само дотриманні норм громадського правопорядку відвідувачами. Перед укладенням договору на охорону закладу проводиться комплексне обстеження та експертиза об'єкта для визначення найбільш ефективного та економічно вигідного способу охорони. Попередньо аналізується рівень потенційної загрози життю та майну власників, співробітників і клієнтів. Визначаються склад засобів забезпечення безпеки і тактика охорони. Охорона ресторанів, барів, кафе часто вимагає монтажу технічних засобів охорони. При охороні закладів ресторанного господарства враховується: інформація про сам заклад, характер надаваних послуг, інформація про відвідувачів та персонал; оперативна обстановка навколо закладу; графік роботи (цілодобова робота, робота по годинах, вихідні дні).

Для забезпечення безпеки співробітниками охоронної служби виконується весь комплекс заходів: організація пропускнуго режиму для обслуговуючого персоналу, face-контроль і dress-контроль (на вимогу клієнта), фізичний захист майна і персоналу, запобігання розкрадань, крадіжок і псування майна, перевірка товару і техніки, при необхідності.

Контроль за виконанням стандартів сервісу для закладів ресторанного господарства

По – перше контроль за виконанням стандартів обслуговування та роботою вцілому закладу здійснює адміністратор та управляючий цього закладу. Але на сьогодні розроблено спеціальну незалежну програму оцінки та контролю виконання стандартів обслуговування Mysteryshopping.

Mysteryshopping - метод маркетингових досліджень, що припускає оцінку якості обслуговування за допомогою фахівців, що виступають у ролі підставних, «Таємних Покупців». Цей метод дозволяє розглянути роботу персоналу з точки

зору споживача та своєчасно вжити заходів для поліпшення якості обслуговування.

Перевага даного методу - таємність і несподіванка перевірки. Що можна оцінювати за допомогою Mysteryshopping? 1. Роботу диспетчерської служби по телефону. 2. Зовнішній вигляд і манери персоналу. 3. Навички продажів. 4. Поведінка персоналу в конфліктній ситуації. 5. Компетентність продавців у знанні товару. 6. Дотримання корпоративних стандартів обслуговування. 7. Організацію торгового простору. 8. Атмосферу в торговому залі. Спеціаліст з боку також оцінить зовнішню організацію торгової точки - зовнішню рекламу, зручність знаходження, може простежити реалізацію необлікованого товару, перевірити чесність і порядність персоналу. Як діє Таємничий Покупець?

Mysteryshopping виконується за допомогою візиту або дзвінка Таємничого Покупця в точку продажу, де він вступає в контакт з персоналом компанії під виглядом звичайного клієнта. За результатами візиту або дзвінка Таємничий Покупець заповнює анкету, як правило. Іноді застосовується прихована диктофонний запис розмови. Анкета може розроблятися на підставі стандартів сервісу / вимог / тренінгів, які застосовуються в компанії. Питання в анкеті може відповідати якомусь критерію оцінки роботи співробітника або торгової точки в цілому, наприклад: «Привітався чи співробітник?».

## ТЕМА 5.

### ПРОФЕСІЙНА МАЙСТЕРНІСТЬ ПЕРСОНАЛУ У КОНЦЕПТУАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

#### ПЛАН

1. Професійна майстерність та поведінковий підхід до управління діяльністю в організації ресторанного господарства
2. Сучасні технології обслуговування в ресторанному господарстві.
3. Приготування страв у присутності відвідувачів.

#### Список рекомендованої літератури:

17. Ботштейн Б. Б. Основні принципи розробки та впровадження F&B-концепції кухні тематичного ресторану. Прогресивні техніка та технології харчових виробництв ресторанного господарства і торгівлі. 2019. Вип. 1. С. 7-18.
18. Головня О.М. Тенденції розвитку готельно-ресторанного господарства в умовах формування соціально орієнтованої національної економіки. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2019. № 1. С. 53-69.
19. Головня О.М., Луцяк В.В., Ставська Ю.В. Стратегічне планування і тактика інноваційної діяльності у рестораних підприємств: розроблення функціональних харчових продуктів. *Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту*. 2018. №1 (24). С. 103-113.
20. 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.
21. Матвій М. Формування концепції гостинності в інноваційному маркетингу послуг рестораних підприємств. *Журнал європейської економіки*. 2014. Т. 13, № 3. С. 304-323.
22. Пандяк І. Г. Методологічні основи морально-побутової концепції готельно-ресторанного бізнесу. *Географія та туризм*. 2018. Вип. 43. С. 21-30.
23. Полстяна Н. В. Моноресторан як нова концепція ресторанного господарства в Україні. *Молодий вчений*. 2019. № 4(1). С. 182-184.
24. Організація ресторанного господарства: конспект лекцій. Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа, рівень вищої освіти «бакалавр» (для студентів 2 курсу факультету туризму та ЗО), кафедра готельно-ресторанного бізнесу, Паска М.З., д-р наук, професор, 2019. Organization of restaurant business: lectures inspect, Paska Mariia, Dr. of Science.

Кожен ресторан - складний об'єкт із поставленим механізмом, який повинен ефективно працювати. Рушійною силою цього механізму є праця людини як ланки обслуговуючого персоналу ресторану, яка виступає не лише



його обличчям, але і найбільше відображає душу закладу, передаючи внутрішній настрій усього підприємства гостю.

Ресторанний бізнес у сфері обслуговування посідає особливе місце. Тут дуже важливим є працівник, оскільки для того, щоб обслужити одного гостя, потрібно задіяти близько шести-восьми осіб, і саме працівник цієї сфери дев'яносто відсотків свого робочого часу проводить у спілкуванні.

На сучасному етапі управління поведінкою людей стає вирішальною умовою, що забезпечує конкурентоспроможність підприємств і організацій, стабільність їх розвитку.

Поведінковий підхід до управління діяльністю в організації готельно-ресторанного господарства – це один із пріоритетних напрямів менеджменту.

Управління поведінкою персоналу з урахуванням особистісних, соціально-психологічних, мотиваційних та інших особливостей людей може сприяти отриманню значного економічного ефекту навіть без економічних витрат, тому менеджери, знаючи, розуміючи й усвідомлюючи індивідуальні особливості кожного працівника, можуть значно покращувати загальні результати роботи організації. Досвід діяльності підприємств готельно-ресторанного господарства показує, що розуміння керівництвом значення людського потенціалу, опора на нього є запорукою успішної діяльності [1].

Професійний розвиток персоналу — це використання зовнішніх чинників, що змушують працівника працювати ефективно і підвищувати свою результативність.

Дотичними до цієї теми є результати дослідження вчених А. Парасурамана, В. Зейтамля і Л. Беррі, які розробили перелік показників якості послуг, виявивши, що споживачі користуються в основному простими критеріями незалежно від виду послуг. Зокрема, це: доступність: послугу легко отримати в зручному місці, в слушний час, без зайвого очікування її надання; комунікабельність: опис послуги виконаний на мові клієнта і точно; компетентність: обслуговуючий персонал володіє необхідними навиками і знаннями; ввічливість: персонал привітний, поважний і дбайливий; довірливість: на заклад і його службовців можна покластися, оскільки вони дійсно прагнуть задовольнити будь-які запити клієнтів; чуйність: службовці чуйні й творчо підходять до вирішення проблем і задоволення запитів клієнтів; безпека: послуги, що надаються, не несуть з собою ніякої небезпеки або ризиків і не дають приводу для яких-небудь сумнівів; відчутність: такі компоненти послуги правильно відображають її якість; розуміння/знання клієнта: службовці прагнуть якнайкраще зрозуміти потреби клієнта і кожному з них приділяють увагу. Виходячи з вищенаведених критеріїв, видно, що провідне місце займають саме особистісні та професійні якості працівників сфери послуг.

Кожен заклад ресторанного господарства веде боротьбу за кваліфікованого працівника. Попри те, що на ринку праці пропозиція персоналу

ресторанної сфери велика, професіоналів тут одиниці. Відповідно, основним завданням менеджера, керівника повинні бути саме навчання та підготовка, а не пошук готових працівників.

При прийомі на роботу менеджер керується досвідом роботи працівника, зазначеному в резюме, кількістю та престижністю закладів, у яких йому доводилося працювати, здобутими там вміннями та навичками.

Проте слід враховувати, що сьогодні роботодавець вже не вважає великий перелік ресторанів у резюме свідченням значного досвіду, а швидше може зробити висновок про недостатню вірність своєму місцю роботи [2]. Це найбільш типовий метод підбору кадрів. Крім того, не варто забувати, що у ресторанній сфері є особлива специфіка роботи, певна категорія гостей, обрана тематика закладу, що впливає на особливості трудового процесу. Отже, визначальну роль займає постійне навчання персоналу.

Щодо специфіки роботи у сфері послуг, то тут слід зауважити: для її працівників вкрай важливі такі якості, як відкритість, комунікабельність, доброзичливість і стресостійкість. Саме їх необхідно виховувати та заохочувати у потенційних та вже працюючих офіціантів, барменів, адміністраторів та інших співробітників. Протягом робочого дня доводиться вирішувати багато поточних питань, долати проблемні ситуації і в той же час залишатися привітним із гостями та колегами. У ресторанах високого класу ретельно підходять до виявлення всіх вищезазначених якостей: при влаштуванні на роботу кандидату пропонують пройти спеціальне тестування, яке наочно демонструє, наскільки людина готова до роботи в цій специфічній індустрії.

Вагомими проблемами при підборі персоналу є те, що конкуренція у даній сфері невпинно зростає, кожного дня відкриваються нові заклади, а серед працівників переважає молодь із постійним бажанням шукати щось краще, низький рівень мотивації працівників деякими роботодавцями, незначна ймовірність кар'єрного росту, не надто високий рівень оплати праці й престижність роботи у порівнянні із закордонними колегами. З іншої сторони, деякі підприємства ресторанного господарства дають людині, яка прийшла працювати в ресторан, можливість просування службовими сходами, професійне зростання та підвищення кваліфікації і всередині галузі можливість переходити з одного ресторану в інший - заклад більш високого класу в межах однієї мережі або групи ресторанів. Роботу і кар'єру в ресторані сьогодні можна віднести до категорії стабільних [2].

Вдалим, на нашу думку, прикладом роботи з обслуговуючим персоналом є лідер індустрії швидкого харчування "Макдональдс". Попри численні труднощі, такі як висока плинність кадрів через монотонність роботи, важку фізичну працю, рівень престижності цієї праці у суспільстві, високу розбіжність в оплаті між молодшим обслуговуючим персоналом та вищим управлінським персоналом, - дана мережа послідовно вдосконалює управління персоналом та працює над ліквідацією недоліків.

У сучасних умовах запроваджується новий погляд на персонал, який відображає зростання роль людського фактора в діяльності організації, залежність від якості, мотивації та характеру праці кожного працівника. Інвестиції у розвиток персоналу розглядаються як довгостроковий фактор конкурентоспроможності підприємства. Тому успішний досвід управління персоналом компанії "Макдональдс" повинен ретельно досліджуватися та впроваджуватися на вітчизняних підприємствах харчової індустрії [9].

"Бізнес роблять люди" - персонал, отже, потрібно цей персонал "зробити". Для закладів, які тільки відкриваються підбір персоналу, - великий і складний процес, що складається з послідовності етапів: пошук персоналу - його навчання та підготовка - проведення тренінгів та підвищення рівня кваліфікації - проведення атестації - формування команди. Для закладів, які вже функціонують і мають основу персоналу, підбір нових кадрів матиме дещо іншу послідовність: пошук кадрів - влиття в команду - навчання та підготовка - проведення атестації - проведення тренінгів та курсів підвищення кваліфікації.

В зарубіжній літературі, присвяченій індустрії гостинності, за останні десятиліття було багато написано про процеси, які стосуються людських ресурсів, проблеми, що постають перед людськими ресурсами, їх діяльність, їх права, але мало було сказано про людей, які управляють цими процесами.

В індустрії гостинності підприємства більше націлені на те, щоб кожна їхня дія мала прибутковий характер. Закордонний фахівець готельно-ресторанної справи В.Т. Умбрайт стверджує: "... індустрія гостинності відводила останнє місце управлінню людськими ресурсами, а зусилля індустрії були націлені на отримання негайних вигод і на операційні питання, пов'язані з ринком". Опитані ним менеджери готельно-ресторанних комплексів відводили невелике значення питанням, пов'язаним із взаємовідносинами з працівниками і поділом обов'язків персоналу. [7]

При цьому природа управління людськими ресурсами визначає ефективність бізнесу і досягнення окремих його членів. Потрібно брати до уваги і невідчутні вигоди, такі як поліпшення моральної атмосфери, задоволення роботою працівників та ін. А отже, керівнику, менеджеру, адміністратору слід постійно займатися підвищенням продуктивності праці свого персоналу. Тому ефективними є проведення курсів із підвищення кваліфікації та тренінгів для працівників. Для цього можна додатково залучати спеціально обізнаних спеціалістів. Оскільки дуже швидко розвиваються технології, розширюється асортимент товару, вдосконалюються і корегуються методи обслуговування та продаж, дуже ефективним є проведення тренінгів по винах, віскі, коньяках, каві, чаю, воді, сигарах, по особливостях обслуговування конфліктних гостей чи гостей різних національностей, по методах ефективних продаж, по вдосконаленню вміння спілкуватися, по етикету, іноземних мовах професійного спрямування, і цей список можна ще довго продовжувати. У сучасному світі особливо важливими вважаються міжкультурні компетенції, здатність

працювати з людьми різної національності, конфесії й культури, підкреслює Г. Ауернхаймер [3]. Так, стандартом ресторанів класу люкс, а особливо при 4- і 5-зіркових готелях є володіння всім персоналом не менш як трьома мовами. Кожен такий тренінг дає працівникові об'єм нової інформації, розширює знання і вміння, дає відповіді на запитання, а отже забезпечує впевненість і позитивно впливає на подальший результат праці.

Мотивація - ще один ключ до формування "правильного" персоналу. Лише вмотивована людина зможе віддавати роботі більше і краще. Це ще одне завдання для керівника - знайти, що стане мотивацією для його конкретного підлеглого. Це може бути і грошова винагорода, і підвищення у посаді, проста похвала чи безперервний контроль з боку керівництва. Неодмінно вагомою мотивацією є розуміння працівником того, що йому подобається робота і що тут він на своєму особливому місці.

Також важливою вимогою до обслуговуючого персоналу ресторану є висока етична культура. Це значимий критерій при підборі й розстановці кадрів, особливо на посади офіціантів, барменів, метрдотелів, які є центральними фігурами в залі ресторану. Основне правило обслуговування - до всіх без виключення гостей персонал повинен бути бездоганно ввічливий, уважний і тактовний.

Етична культура праці визначається в першу чергу рівнем кваліфікації та професійної майстерності кадрів, їх загальноосвітньою підготовкою і передбачає достатній рівень їх особистої загальної й професійної культури, етикету, етики та естетики праці. Від працівників ресторану вимагається наявність абсолютної дисципліни у виконанні професійних обов'язків, високого загальнокультурного рівня, дотримання правил службового та професійного етикету. Для етики службових відносин важливими є такі якості, як взаємоповага і взаємодопомога, виконавча дисципліна та творчий підхід до справи, сумлінність та відповідальність, уміння працювати у команді.

Професійна етика покладається в основу взаємовідносин із клієнтами і вимагає від працівника ввічливості та коректності, тактовності, доброзичливості, чуйного ставлення до гостя. На жаль, багатьма працівниками сфери обслуговування не враховується: саме слово "обслуговування" походить від слова "служити" гостю, що неможливо без щирого бажання прислужитися йому, бути йому корисним. У паризькому готелі "Цезар Рітц" зберігається історія про офіціанта, який, працюючи в ресторані готелю більше 25 років, завжди вмів догодити клієнтам. Причому весь цей час ніхто з них не здогадувався, що той був глухим і бездоганним виконанням замовлень гостей був зобов'язаний умінню їх вгадувати і передбачати. Тобто висока майстерність гостинності передбачає вміння вгадати бажання гостя, випередити його очікування. Естетична культура праці базується на дотриманні законів естетики - науки про красу. Вона полягає не тільки у створенні естетичного середовища, в якому відбувається процес обслуговування = гарний інтер'єр, відсутність подразників, що заважають

емоційному комфорту, але й включає естетику зовнішнього вигляду працівника, особисту гігієну, формений одяг, наявність смаку у використанні косметики, прикрас та аксесуарів, естетику поведінки (гарні манери, жести, культура мовлення, привітний вираз обличчя, посмішка). Це дозволяє створити обстановку максимальної сприятливості, емоційної рівноваги, комфорту. Підвищення рівня культури праці передбачає правильний підбір кадрів, наявність постійної системи навчання та підвищення їх кваліфікації, рівня загальної культури та зацікавленості у спільних результатах діяльності через ефективну мотивацію.

## ТЕМА 6. КУЛІНАРНА СМАКОВА КОМБІНАТОРИКА

### Список рекомендованої літератури:

1. Балацька Н. Ю. Інноваційні аспекти розвитку підприємств ресторанного бізнесу. *Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво*. 2019. № 5. С. 76-81.
2. Гарасимлюк М. В. Роль запровадження інновацій в діяльність підприємств готельно-ресторанного господарства у подоланні наслідків коронавірусної кризи. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 58(1). С. 113-119.
3. Головня О.М., Луцяк В.В., Ставська Ю.В. Стратегічне планування і тактика інноваційної діяльності у рестораних підприємствах: розроблення функціональних харчових продуктів. *Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту*. 2018. №1 (24). С. 103-113.
4. Гросул В. А. Інноваційні технології оновлення бізнес-моделі підприємства ресторанного господарства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2019. Вип. 27(1). С. 39-44.
5. Завадинська О. Ю. Сучасні тенденції впровадження інноваційних форм обслуговування в закладах ресторанного господарства. *Підприємництво і торгівля*. 2019. Вип. 25. С. 54-59.
6. Колонтаєвський О. П. Креативний маркетинг в готельно-ресторанному бізнесі. *Комунальне господарство міст. Серія : Економічні науки*. 2018. Вип. 6. С. 50-53.

Кулінарія - це не просто технологія приготування продуктів, це мистецтво їх поєднання. Чому диня з хамоном - добре, а груша з докторським - якось не дуже? Вчені з США і Великобританії проаналізували десятки тисяч рецептів і спробували зрозуміти, чи є в усталених кулінарні традиції хімічний сенс.

Якщо порахувати, скільки в світі рецептів і скільки інгредієнтів, стає зрозуміло: щось тут нечисто: людство знає всього близько мільйона більш-менш усталених страв, хоча теоретично можливих поєднань продуктів в мільярд разів більше. Це дивує, навіть якщо зробити знижку на те, що ті чи інші інгредієнти поширені в різних частинах світу неоднаково. А значить, стійкі поєднання повинні слідувати якимось принципом. Швидше за все, самому простому: смачне їмо, несмачне не їмо. Але чи є в цьому правилі якась струнка система, піддається науковому виміру?

В останні десять років кулінари і вчені захопилися гіпотезою, відповідно до якої комбінації продуктів тим смачніше, чим більше в них однакових смакових речовин. Точніше - смакоароматичних. Те властивість, яке обиватель

узагальнено називає смаком, насправді являє собою поєднання смаку і запаху, причому всі тонкощі визначаються саме запахом.

Гіпотеза однакових речовин - головний стовп молекулярної гастрономії.

У ресторанах цієї спрямованості подають, наприклад, ікру з шоколадом (зазвичай білим) - в обох продуктах міститься пахуче речовина тріметіламін. Шоколад, відповідно до цієї гіпотези, взагалі йде до всього: наприклад, з блакитними сирами він ділить цілих 73 хімічні сполуки.

Група математиків під керівництвом Альберта-Ласло Барабаш в 2011 році побудувала математичну модель світової кухні - своєрідну «кулінарну мережу» всіх відомих інгредієнтів.

Спочатку вчені проаналізували 56 498 рецептів із західних і східних джерел і склали повний список інгредієнтів. Далі вони зіставили список з даними про хімічні речовини в складі різних продуктів. Кожному інгредієнту в середньому відповідало 51 пахуче речовина. Вчені побудували мережу, в якій кожен продукт був пов'язаний з найбільш схожими за «ароматичного складу». Детально результати дослідження у вигляді інтерактивної (правда, досить головоломної) інфографіки можна вивчити [тут](#).

За допомогою отриманої мережі гіпотезу однакових речовин можна було протестувати формально. Результати виявилися досить несподіваними. Західна кухня - перш за все північноамериканська - однозначно слідувала принципу «чим більше схоже - тим смачніше». Але в східній кухні такої залежності не спостерігалось. Навпаки, азіати, як з'ясовується, вважають за краще інгредієнти, далекі одна від одної за хімічним спектром.

Характерний смак восточноазиатской кухні можна відтворити елементарним поєднанням продуктів - соєвого соусу, кунжутного масла, часнику, імбиру, зеленої цибулі - або навіть комбінаціями з двох-трьох продуктів зі списку. Ці компоненти зустрічаються у величезній кількості азіатських рецептів, при цьому між ними майже немає хімічного подібності. Якщо в рецепті є м'ясо, то відмінностей ще більше: «рослинна» основа смаїнша крайність - північноамериканська і західноєвропейська кухня. Французи з американцями всюди пхають молочні продукти. Зі зрозумілих причин у молока, масла, вершків і сирів хімічний склад дуже схожий, і в результаті західний смак сильно зсувається в бік «схожості»: якщо всі ці інгредієнти зібрані в одній страві, загальний коефіцієнт схожості зростає. Ку має мало спільного з «тваринами» речовинами.

Припустимо на хвилину, що гіпотеза однакових речовин все-таки має під собою реальні підстави - принаймні кухні деяких країн дають підстави цьому вірити.

Які висновки можна зробити з «кулінарної мережі», вибудованої американськими 1. Вино без пармезану - гроші на вітер.

мЗв'язок різноманітних сирів з різноманітними же винами - перше, що кидається в очі при погляді на «кулінарну мережу». Особливо жирною лінією пов'язано біле вино з пармезаном. У них добра сотня загальних пахучих хімікатів. Удачі з пошуками італійського сиру.

2. Пиво і чай йдуть з усім.

Навіть з шоколадом. Що купити до чаю, чим закусити пиво - завдання, як з'ясовується, нехитра. Обидва напої зручно влаштувалися в самому центрі мережі. Згадайте про це наступного разу, коли хто-небудь буде фиркати на вашу «Балтику», яку ви заїдає пряниками.

те3. Печінка не підходить ні до чого.

Якщо ви все життя ненавиділи печінку, то тепер у вас з'явився залізний аргумент. Все, що пов'язано з печінкою, в кулінарній мережі ізольовано у вигляді самотнього смакового острівця. У печінки немає статистично значущої перетину з іншими продуктами.

4. Гриби схожі тільки на гриби.

Це може бути і незручністю. Якщо ви вирішили слідувати «кулінарної мережі» і назавжди забути про печінку, то доведеться відмовитися і від грибів. Гриби - не рослина і не тварини. Мабуть, це позначається і на їх смакову складі: різні гриби тісно сплетені смаками між собою, але стоять окремо від решти їжі.

5. Сир, кокос і ром - кращі друзі.

Апетитна ідея для молекулярної гастрономії на дому. Як з'ясовується, з сирами дружить не тільки вино (і пиво, яке дружить з усім), але і ром. А для кокоса сири - мало не єдине сімейство схожих продуктів.

6. Сало - майже що фрукт.

Продукти в «кулінарної мережі» в основному групуються за походженням: м'ясні продукти найбільше схожі на інші м'ясні продукти, а вина - на інші вина. Але є цікаві виключення. Сало, наприклад, ошивається в компанії ягід і фруктів. В інтересах дружби народів спробуйте, наприклад, сало з чимось патріотичним - скажімо, з журавлиною або брусницею.

7. Помідори ближче до м'яті, ніж до базиліку.

Незважаючи на класичне південноєвропейських поєднання помідорів з базиліком, з точки зору хімічного складу між ними дуже мало спільного. А ось у м'яті з томатами загальних хімічних речовин набагато більше. Будете робити салат - задумайтесь.

8. Фрукти з медом - богоугодна справа.

Євреї про це знають і їдять яблука з медом на Новий рік. Якщо вдуматися, то і мед, і фрукти колись були квітами. Мабуть, тому у них стільки спільного. У всякому разі вмочати полуницю в мед, виходячи з гіпотези «однакових речовин», набагато логічніше, ніж до прийнятого на Заході шоколад.



## 9. Полуниця - той же ананас.

У них стільки схожих смакових речовин, що їх взагалі треба б вважати одним і тим же фруктом. Цим, до речі, пояснюється той факт, що в претензійних описах вин і взагалі фруктових смаків полуниця з ананасом регулярно йдуть рука об руку (якщо ви пробували, наприклад, дуріан, то знаєте, про що мова).

Як би не хотілося нам математично розрахувати ідеальні рецепти і смакові поєднання, однозначну систему вчені навряд чи коли-небудь знайдуть. Їжа - це не просто засіб насичення і смакового задоволення. Їжа - це мистецтво, вплетене в повсякденне життя. Наука каже, що кава має поєднуватися з яловичиною (цілих 102 загальних з'єднань), а ось класичне поєднання креветок з лимонним соком вважає на порядок менш вдалим: всього дев'ять речовин. Приймати «кулінарну мережу» в якості закону щонайменше необачно. Але як джерело нових ідей - чому б і ні?

## 6.2. Сутність методології проектування технологій харчових продуктів і раціонів харчування

Усвідомлення людиною важливого значення харчування для забезпечення здоров'я та активного довголіття в останні десятиліття привело до збільшення попиту на продукти, які мають оздоровчі властивості, відповідають вимогам харчової комбінаторики, мають доступну ціну, оригінальні смакові якості та не потребують значних витрат часу на приготування. Пріоритетними науковими напрямками стають технології м'ясомістких кулінарних напівфабрикатів, що містять фізіологічно функціональні інгредієнти. Вирішення цього завдання можливе за рахунок науково обґрунтованого комбінування м'ясної та рослинної сировини з високим вмістом есенціальних нутрієнтів, зокрема і природних антиоксидантів, дефіцит яких спостерігається у більше 50 % населення України та зумовлений підвищенням екологічним і психоемоційним навантаженням. Каротиновмісні збагачувачі є перспективними функціональними інгредієнтами харчових продуктів, оскільки каротиноїди володіють комплексом фізіологічно важливих властивостей, зокрема антиоксидантними, антиканцерогенними, імуномодельючими, антибактеріальними, адаптогенними тощо. Раціональне поєднання м'ясної та каротиновмісної овочевої сировини дозволяє покращити харчову та оптимізувати енергетичну цінність продуктів, їх функціонально-технологічні та органолептичні характеристики, знизити собівартість

У розробленні технології харчових продуктів функціонального призначення можуть бути виділені два основні етапи.

Перший етап передбачає теоретичне обґрунтування і створення функціональних композицій для «цільового продукту», способів впливу на харчову сировину, які формують потрібну структуру із заданим складом, фізико-хімічними і функціонально-технологічними властивостями. Другий етап

передбачає реалізацію властивостей функціональних композицій у певному технологічному процесі та формування кінцевих споживчих властивостей готової продукції. Базовими під час розробки технології функціональних композицій є склад, властивості, спосіб отримання, харчова цінність, безпечність, економічна або інша ефективність використання. Обґрунтування складу функціональних композицій здійснюється огляду на специфіку їхніх властивостей, тобто їхніх функцій у готовому харчовому продукті.

Під час створення функціональних композицій ключове місце займає комплекс прогнозованих функціонально-технологічних характеристик і властивостей, сумісність і специфіка взаємодії з іншими компонентами рецептурних сумішей і готових продуктів. Саме такий комплекс визначає можливість і доцільність використання функціональних композицій при розробці кулінарної продукції. З погляду складу функціональних композицій функціональні та інші харчові інгредієнти повинні забезпечувати перебіг необхідних процесів (емульгування, піноутворення, драгле утворення, стабілізація тощо), як у межах окремих етапів, так і в технології в загалом.

Функціональні продукти створюються за принципом харчової комбінаторики, шляхом обґрунтованого кількісного підбору основної сировини, інгредієнтів, харчових домішок, сукупність яких забезпечує формування бажаних органолептичних і фізико-хімічних властивостей, а також заданий рівень харчової, біологічної та енергетичної цінності. Із застосуванням математичних методів проектуються індустриальні харчові продукти 3-го покоління, у яких визначена масова частка компонентів обумовлює можливість цільового й функціонального харчування певних груп населення. В основі технологій створення функціональних харчових продуктів лежить модифікація традиційних, що забезпечує підвищення вмісту в них корисних інгредієнтів до рівня, зіставного з фізіологічними нормами їхнього споживання (за різними джерелами 10–50 % від середньої добової потреби). Варто зазначити, що зміни традиційного рецептурного складу внаслідок заміни одних інгредієнтів іншими, безумовно, впливають на споживчі властивості новостворених продуктів, саме тому модифікація традиційного продукту у функціональний не зводиться тільки до заміни інгредієнтів, а є складним процесом конструювання продукту, який має відновлені традиційні споживчі та нові, що ви- 26 значають корисність продукту, функціональні властивості.

Розроблення функціональних харчових продуктів базується на наукових принципах, розроблених Всесвітньою організацією охорони здоров'я. Принципи створення функціональних продуктів повинні охоплювати медико-біологічні та технологічні аспекти і враховувати найважливіші дані сучасної науки про роль харчування та окремих харчових речовин у підтриманні здоров'я та життєдіяльності людини, потреби організму в окремих харчових речовинах та енергії, реальну структуру харчування і фактичну забезпеченість вітамінами, макро- та мікроелементами населення України, а також урахувати досвід із

виробництва, використання та оцінювання ефективності продуктів функціонального харчування в Україні та за кордоном.

Індустріальні харчові продукти третього покоління – це адекватні за органолептикою, структурними формами поживних і баластних речовин харчові продукти, масові частки компонентів у яких підібрані у такий спосіб, що забезпечують адекватність раціонів, містять ці продукти загалом та стосовно підтримки матеріального й енергетичного балансу організму споживачів детермінованих груп населення. Згідно з положеннями теорії раціонального харчування розроблені науково-практичні основи конструювання технологій харчових продуктів функціонального призначення, з оптимізованими споживчою та енергетичною цінністю, органолептичними та структурними характеристиками, на підставі цілеспрямованого поєднання, шляхом математичного моделювання функціонально активних інгредієнтів природного походження (дієтичних домішок) вітчизняного виробництва. Реалізація концепції дасть змогу оптимізувати склад, надати оздоровчі, лікувально-профілактичні властивості продуктам, виготовленим на основі модельних функціональних композицій з харчових домішок природного походження. В основу моделювання покладено принцип харчової комбінаторики, який полягає в обґрунтованому кількісному підборі основної сировини та хар- 28 чових домішок, що в сукупності забезпечують формування необхідних органолептичних і фізико-хімічних властивостей, заданий рівень поживної (харчової, біологічної) і енергетичної цінності.

Функціональні продукти створюються за принципом харчової комбінаторики, шляхом обґрунтованого кількісного підбору основної сировини, інгредієнтів, харчових домішок, сукупність яких забезпечує формування бажаних органолептичних і фізико-хімічних властивостей, а також заданий рівень харчової, біологічної енергетичної цінності. Із застосуванням математичних подів проектуються індустріальні харчові продукти третього покоління, у яких визначена масова частка компонентів «зумовлює можливість цільового та функціонального харчування певних груп населення. У разі збагачення харчових продуктів нутрієнтами необхідно враховувати їхній взаємозв'язок. Так у метаболізмі важливе значення мають білки, залізо, селен; залізааміни В9, В4, вітамін Е та селен виявляють синергічну гаокислювальну дію, перешкоджають окисненню ШК. Під час виробу продуктів, які підлягають збагаченню нутрієнтами, необхідно враховувати масовість та регулярність споживання, можливість централізованого виробництва продукції, простоту технології збагачення, помірне розподілення домішки за масою продуктів тощо.

## ТЕМА 7. КУЛІНАРНА АРОМАТИЧНА КОМБІНАТОРИКА. ХАРЧОВІ АФРОДИЗИАКИ

### План:

1. Смакові добавки до їжі
2. Алкоголь в кулінарії
3. Харчові афродизіаки

### Список рекомендованої літератури:

7. Гарасимлюк М. В. Роль запровадження інновацій в діяльність підприємств готельно-ресторанного господарства у подоланні наслідків коронавірусної кризи. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 58(1). С. 113-119.

8. Головня О.М. Тенденції розвитку готельно-ресторанного господарства в умовах формування соціально орієнтованої національної економіки. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2019. № 1. С. 53-69.

9. Головня О.М., Луцяк В.В., Ставська Ю.В. Стратегічне планування і тактика інноваційної діяльності у ресторанных підприємствах: розроблення функціональних харчових продуктів. *Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту*. 2018. №1 (24). С. 103-113.

10. Гросул В. А. Інноваційні технології оновлення бізнес-моделі підприємства ресторанного господарства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2019. Вип. 27(1). С. 39-44.

11. Колонтаєвський О. П. Креативний маркетинг в готельно-ресторанному бізнесі. *Комунальне господарство міст. Серія : Економічні науки*. 2018. Вип. 6. С. 50-53.

12. Якушев О. Інноваційні технології в управлінні бізнес-процесами підприємств сфери готельно-ресторанних та туристичних послуг. *Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації*. 2020. Т. 3, № 2. С. 195-208.

Афродизіаки — специфічні стимулятори, що викликають емоційне та фізіологічне збудження (див. [Ерекція](#)). Встановлено їхній позитивний вплив на сексуальну активність людини, проте механізм дії досі не з'ясований, ефективність впливу дискусійна. Первинно застосування афродизіаків було спрямоване виключно на [розмноження](#) чи [плодючість](#), проте згодом їх використання поширили на сексуальне життя загалом. У різні історичні періоди властивостями афродизіаків наділяли найрізноманітніші (здебільшого екзотичні або рідкісні й коштовні для певної місцевості) об'єкти:

продукти харчування ([трюфелі](#), [устриці їстівні](#), [шоколад](#) тощо);  
[лікарські рослини](#) чи [ароматичні культури](#) ([артишок](#), [женьшень справжній](#), [імбир](#), [полин](#), [корицю](#), [шавлію](#) та інші);  
[плоди](#) або частини рослин, що за формою нагадували чоловічі [статеві органи](#) людини або тварин ([пеніс тигра](#), [оленя](#) тощо).

### Продукти афродизіаки

Афродизіаки — продукти і речовини, які мають здатність підвищувати лібідо, так би мовити “хімічним” шляхом. Першочергово афродизіаками називали тільки рослини, що володіють відповідними властивостями, а потім до цієї групи додали і продукти та запахи. Найпершим засобом для повної любовної насолоди було яблуко, яким Єва пригостила Адама. З тих пір люди виявили серед звичайних продуктів харчування не один афродизіак.

Про афродизіаки написані десятки книг та сотні статей, створено безліч тем на інтернет-форумах. Комусь вони допомагають, комусь ні, для когось дієвим є конкретний продукт, а хтось взагалі не відчуває жодного ефекту.

Американська Адміністрація по продуктам харчування та лікарським засобам (FDA) вважає, що афродизіаки є швидше просто частиною історії людства, фольклором, так би мовити, ніж справжнім медичним явищем. Ще у 1989 році FDA сказала, що немає жодних наукових доказів того, що афродизіаки справді підвищують лібідо.

Тим не менш, люди не зупиняються у пошуках чарівних продуктів, що зроблять їх сексуальне життя яскравішим.

Велика частина лікарів впевнена, що у цьому випадку вмикається ефект плацебо. Ніби-то, людина налаштувалась і вірить у те, що продукт активує сексуальну функцію, тому це і працює. Організм просто програмується на відповідний результат.

З наукової точки зору, найефективнішими афродизіаками є продукти, багаті на [цинк](#) і [селен](#) — елементи, необхідні для синтезу тестостерону; а також продукти, багаті на вітаміни, які відповідають за гормони та активність — [А](#), [В1](#), [С](#) та [Е](#); і остання група — продукти, багаті на легкозасвоювані [білки](#) та [жирні кислоти](#), нутрієнти, що забезпечують наш організм енергією.

[Цинк](#) — підвищує рівень тестостерону, посилює сексуальний потяг.

[Вітамін Е](#) — стимулює роботу головного мозку, внаслідок чого покращуються і функції статевих органів.

Фітостероли — покращують сексуальну активність.

Алліцин — має збуджуючу дію.

[Вітамін С](#) та [лізин](#) — тонізує інтимні м'язи.

Як зробити людині добре? Спочатку зробити погано, після чого повернути, як було. Ось за схожим принципом і працюють афродизіаки. Вони сприяють

відновленню втрачених функцій організму, але не посилюють до надзвичайного рівня нормальні.

Насправді продуктів, які можна назвати афродизіаками не злічити, причому у кожного народу вони свої, тож слід згадати основні з них.

Афродизіаки для чоловіків і жінок

Гриби, креветки, мідії, устриці — у них є багато [цинку](#), який, як відомо, підвищує сексуальний потяг, покращує обмін речовин та стимулює кровообіг в області статевих органів.

Банани, фініки — знімають втому, підвищують витривалість, збільшують рухливість та кількість сперматозоїдів, підвищують лібідо.

Спеції — стимулюють приток крові до репродуктивних органів.

Полуниця — містить ендорфіни, завдяки чому не тільки покращує настрій, а й підвищує потяг до партнера.

Спаржа — забезпечує статеві органи киснем, що покращує якість статевого акту.

Артишоки — покращує приток крові до статевих органів.

Червоне вино — містить ферменти, що посилюють збудження.

Афродизіаки для чоловіків

Часник і цибуля — містять цинк, допомагають нормалізувати гормональну рівновагу.

Базилік, петрушка, селера та кріп — підвищують витривалість, дарять життєву силу.

Спеції — активізують утворення статевих гормонів.

Мед — підвищує потенцію.

Корінь женьшеню — тонізує статеві органи та посилює приток крові до них, також є біостимулятором.

Білки яєць — стимулюють утворення тестостерону.

Червона або чорна ікра — позитивно впливають на потенцію, оскільки багаті на цинк, селен і йод.

Горіхи та насіння — краще всього стимулюють синтез тестостерону, прискорюють утворення сперматозоїдів.

Ананаси — посилюють чоловіче лібідо.

Афродизіаки для жінок

Імбир — збільшує чутливість статевих органів.

Шафран — стимулює збільшення чутливості еrogenних зон.

Ваніль — впливає на нервову систему, підвищує статеве збудження.

Каєнський перець — посилює кровообіг, розширює судини, пробуджує сексуальний потяг.

Селера — активізує утворення феромонів, що відповідають за лібідо.

Меліса — тонізує репродуктивну систему.

Чорний шоколад — збільшує концентрацію гормону щастя, внаслідок чого за відповідних умов посилюється і бажання.

Морські водорості — присутні у них вітаміни покращують працездатність та самопочуття.

Авокадо — підвищує репродуктивну функцію.

#### Морепродукти

Як ми знаємо, морепродукти — перш за все джерело йоду та легкозасвоюваного білка, який легко та швидко перетворюється в енергію для нашого організму. А як афродизіаки, особливої уваги серед морепродуктів заслуговують устриці та ікра.

#### Ікра

Натуральна ікра безперечно має величезну користь. Окрім білка, вона містить дуже багато амінокислот, мінеральних речовин, вітаміни А, D, С, РР, В2, В6, В12 і, безперечно, цинк. Живить, збуджує, і не викликає навіть найменшого відчуття важкості у шлунку — просто ідеальний афродизіак.

#### Устриці

Устриці містять величезну кількість заліза та цинку, з чим і пов'язують їх дію як афродизіаку. Також устриці насичують організм допаміном — гормоном задоволення, сексуального зокрема. До речі, їх ефективність напряду залежить від способу приготування — найбільше відчутною буде дія сирих устриць з лимонним соком.

#### Яйця

Курачі та перепелині яйця — найкраще джерело легкозасвоюваного [білка](#), і вже тільки через це заслуговують звання потужного сексуального стимулятора. А наявність у яйцях вітамінів [В5](#) і [В6](#), які є незамінними для регулювання гормонів та допомозі організму при стресах, робить продукт простим, доступним і просто неперевершеним афродизіаком.

#### Гриби

З давніх-давен гриби вважали продуктом магічним, тим більше — афродизіаком. Тим не менш, спосіб їх дії полягає не у магії, а у цілком простих речах — [білок](#) та [цинк](#) — джерела сексуальної енергії. Особливо ефективними вважають делікатесні трюфелі і, здавалось би, нічим не примітні сморчки.

#### Селера

Селера — це просто джерело мінеральних речовин: [калій](#), [кальцій](#), [цинк](#), [фосфор](#), [залізо](#), [магній](#); та вітамінів: [С](#), групи В, [Е](#), [РР](#), [А](#). А також до складу селери входить чоловічий гормон андростерон, який сприяє покращенню кровопостачання статевих органів та посилює статеву активність і чоловіків, і жінок. До речі, для більшої ефективності не варто піддавати селеру температурній обробці.

#### Артишок

У Давній Греції вірили, що якщо щодня споживати шишки артишоку з медом, то обов'язково народжуватимуться хлопчики. А взагалі, артишок не



тільки має здатність збуджувати і тонізувати, а й сприяє притоку крові до геніталій.

#### Спаржа

Спаржа є перевіреними часом ліками від захворювань простати. А також, вона містить багато [вітаміну А](#), [калію](#) та [кальцію](#), [фосфору](#). Приємний смак і легка засвоюваність, а також ніяких складнощів у приготуванні робить її просто обов'язковим гарніром романтичної вечері.

#### Часник і цибуля

Не є ідеальними кандидатами для романтичної вечері, адже можуть зіпсувати все своїм запахом, але містять [цинк](#), вітаміни [С](#), [Е](#), [В](#), [РР](#), а ще [йод](#), [залізо](#), [мідь](#) та ефірні олії — це дуже корисний набір для чоловічої потенції. А також часник містить речовину алліцин, яка є найпотужнішим антиоксидантом зі всіх відомих, а на додаток ще й сприяє притоку крові до статевих органів. І, до речі, їсти ці продукти безпосередньо на побаченні не обов'язково, якщо вони просто будуть присутніми у вашому раціоні, це вже дасть свій ефект.

#### Кріп

Слов'яни вважали кріп магичною травою, і використовували його у приготуванні приворотного зілля. Але годувати кропом слід не предмет любові — вважають, що він посилює жіночу привабливість. Також, щоб підвищити власне власне лібідо, варто згадати і про “солодкий кріп” — фенхель.

#### Авокадо

Давні ацтеки не дарма називали авокадо “testice tree”, деревом чоловічої сили. Авокадо багатий на [білки](#) та [вітамін В6](#), що робить його серйозним конкурентом м'ясу, особливо враховуючи той факт, що відчуття важкості у шлунку та сонливості, як після хорошого шматка м'яса, вам не грозить. Також, авокадо містить [ненасичені жирні кислоти](#), [калій](#), вітаміни [А](#), [D](#), [Е](#), [РР](#). Усе це, а також те, що авокадо просто чудово поєднується з іншими афродизіаками, робить його обов'язковою складовою романтичної вечері.

#### Ананаси

За деякими даними, фермент бромелайн, що міститься в ананасах і сприяє травленню, також підвищує і чоловіче лібідо. А також у плодах багато калію та вітамінів В — вони підвищують настрій та покращують фізичну активність.

#### Банан

Фрукт є хорошим афродизіаком завдяки натуральним цукрам та [калію](#) у своєму складі. Ну і не можна забувати про зовнішній вигляд банану.

#### Полуниця

Перш за все, полуниця і так є символом кохання та інтиму. До того ж ягода має багатий внутрішній склад, зокрема містить багато антиоксидантів і вітаміну С, і сприяє утворенню в нашому організмі гормонів радості. Позаяк, якщо ви думаєте про афродизіаки, запасіться полуницею у першу чергу.

#### Фініки



Ще один відомий здавна афродизіак. Як розказували сторінки давніх арабських книг, фініки були здатні вселити сили навіть у одряхлілих старців. Також їх дія поширюється і на жінок. Фініки очищують кров, стимулюють потенцію, і навіть можуть збільшувати тривалість любовних задоволень.

#### Інжир

Інжир містить багато амінокислот, які позитивно впливають на лібідо. Ще одна перевага — він зберігає свої якості і у свіжому, і в сушеному вигляді.

#### Імбир

Він навіть означає “мужній”. Імбир покращує кровообіг і стимулює потенцію. Це як чоловічий, так і жіночий афродизіак.

#### Горіхи та насіння

Не дарма нації, раціон яких не обходиться без горіхів, славляться своєю пристрастю. Горіхи дуже швидко засвоюються організмом та насичують нас енергією, необхідною для кохання. Адже у них так багато [калію](#), [кальцію](#), [заліза](#), [фосфору](#), [магнію](#) та інших корисних речовин. Особливої уваги заслуговують мигдаль, фісташки, кедрові горіхи та насіння кунжуту. А для особливого ефекту, поєднайте горіхи і насіння з медом.

#### Шоколад

Насамперед, шоколад, як нам відомо, одразу викликає утворення гормону радості, задоволення та закоханості. До того ж, теобромін та кофеїн, що також містяться у солодощах, сприяють утворенню жіночих статевих гормонів.

#### Мед

Один з найкращих стимуляторів сексуальної енергії. Натуральний мед дозволить швидко відновити сили, і добре поєднається з іншими афродизіаками. Тільки не забувайте що мед втрачає свою користь при високих температурах.

#### Ваніль

Її дія дещо відрізняється від відрито збуджуючих засобів. [Ваніль](#) дарує відчуття затишку та спокою, її аромат дозволяє відчувати жінці себе у безпеці, а чоловіку розслабитись. Додайте трохи ванілі у десерт і зробіть романтичну вечерю ще кращою.

#### Спеції

Спеції — це, мабуть, найшедевральніша річ у кулінарії взагалі. Вони додають стравам яскравості та пікантності, індивідуальності та національності. Різні спеції є корисними для різних функцій та лікують від захворювань, тому безперечно, що серед спецій віднайдуться й афродизіаки, такі як кардамон, каррі або червоний перець. Вони містять чи не всю лінійку вітамінів, B2, B6, C зокрема. Якщо ваша вечеря буде приправлена цими прянощами, то страви сприятимуть кровообігу, притоку крові до статевих органів, зникненню в'ялості.

#### Кава

У каві є [кофеїн](#), а він, як відомо, має сильну збуджуючу дію на центральну нервову та серцево-судинну системи. Найбільший ефект має холодна кава з додаванням кориці.

## Класифікація

Загальноновизнаної класифікації таких речовин не існує; найвідоміші з них пов'язані з культурними традиціями та харчовими уподобаннями різних народів. До групи афродизіаків традиційно відносять речовини тваринного й рослинного походження, що вирізняються яскраво вираженим смаком або ароматом і мають певний стимулювальний вплив на органи чуття. Найчастіше афродизіаки поділяють за:

впливом на різні органи чуття;  
видами речовин;  
ефективністю дії залежно від статі.

Серед таких речовин омега-3 ненасичені жирні кислоти, що містяться в жирі багатьох морських риб (лососевих, осетрових, скумбрієвих, анчоусів та ін.), а також плодах горіха волоського, авокадо тощо.

## Використання

Дослідження механізмів впливу речовин, наділених властивостями афродизіаків, показали їхню позитивну дію на кровообіг, кровопостачання та циркуляцію крові в організмі. Вони впливають на розширення кровоносних судин і притік крові до статевих органів, чинять протизапальну дію. Більшість афродизіаків чинить загальнозміцнювальну та антидепресантну (див. Антидепресанти) дію на організм. Антиоксидантна й протизапальна дія притаманна флавоноїду рослинного походження кверцетину, що міститься в яблуках, цибулі, часнику, винограді, червоному вині тощо.

У різних країнах та в різні часи до афродизіаків відносили різноманітні речовини та продукти. Частіше за все до них відносять такі:

[Амбра](#)

[Авокадо](#)

[Аніс](#)

[Артишок](#)

[Банан](#)

[Ваніль](#)

[Гвоздика \(пряність\)](#)

[ядро грецького горіха](#)

[Дуріан](#)

[Женьшень](#)

[Ікра](#)

[Іланг-іланг](#)

[Імбир](#)

[Кедрові горішки](#)

[Полуниця](#)

[Кардамон](#)

[Кокос](#)

[Кориця](#)

[Кава](#)

[Кавун](#)

[Креветки](#), раки,

[Ламінарія](#) (морська капуста)

[Цибуля](#)

[Манго](#)

[Марципан](#)

[Марула](#)

[Мед](#), [Пилок](#) (квітковий), [Маточне молочко](#)

моллюски [Мідії](#), [Равлики](#), [кальмари](#), [Устриці](#)

[Мирра \(смола\)](#)

[Морква](#)

морська риба — [скумбрія](#), [Морська камбала](#) та ін.

[Мускус](#)

[Мускатник](#)

[Мумійо](#)

[Оливкова олія](#)

[Пшениця](#) (паростки)

[Селера](#)

[Спаржа](#)

[Трюфель](#) (гриби)

[Тирамісу](#)

[Кріп](#)

[Фініки](#)

[Хрін](#)

[Часник](#)

[Шафран](#)

[Шоколад](#)

[Яйця](#)

Лікарські трави[[ред.](#) | [ред. код](#)]

Засоби-настої, [екстракти](#) на основі природної сировини

[Алое](#) (aloe vera)

[Аір тростиновий](#)

[Барвінок \(рід\)](#)

Вівсюг, дикий [овес](#)

[Глечики жовті](#)

[Женьшень](#),

[даміана\[en\]](#)

ягоди [дерези](#),

[еврікоми довголистої\[en\]](#)  
[Еспарцет](#) (заячий горох),  
[звіробій](#),  
[Спориш](#),  
[Глід](#)  
[Гірчиця сарепська](#),  
[Дягель лікарський](#)  
[Маренка запашна](#),  
[Йохімбе](#),  
[Каштан кінський](#),  
[Гінкго дволопатеве](#),  
[Вербена лікарська](#) (Verbena officinalis),  
[Жгун-корінь Моннье](#) (Cnidium monnieri),  
[Епімедіум\[ru\]](#)  
[Вовчок \(рослина\)](#) (Orobanche — всі види),  
[Імбир садовий](#), амомум імбирний (Zingiber officinale Roscoe, Amomum zingiber L.)  
[Клен гостролистий](#) (Acer platanoides),  
[Кропива дводомна](#) (Urtica dioica),  
[Лимонник китайський](#) (Schisandra chinensis),  
[Любисток лікарський](#) (Levisticum officinale),  
[Любка дволиста](#)  
[Великоголовник сафлороподібний](#) (Rhaponticum carthamoides)  
[Зозулинець чоловічий](#) (Orchis),  
насіння [повитиці](#)  
[Пажитник сінної](#) (Trigonella foenum-graecum),  
[Родіола рожева](#) (Rhodiola rosea),  
[Аспарагус садовий](#) (Asparagus officinalis),  
[Самосил гайовий](#)  
[Сурепка](#) (Barbarea vulgaris),  
[Селера](#)  
[Петрушка](#)  
[Пастернак \(рослина\)](#)  
[Шпинат городній](#)  
[Елеутерокок колючий](#) (Eleutherococcus senticosus)  
[Якірці сланкі](#) (Tribulus terrestris)  
[Яглиця звичайна](#)  
[Талабан польовий](#) (Thlaspi arvense).  
[Мака перуанська\[en\]](#)  
Гуляюча пальма Socratea exorrhiza  
[Мукуна пекуча\[en\]](#)  
[Гуарана](#), (лат. Paullinia cupana)

## ТЕМА 8. КУЛІНАРНИЙ ДИЗАЙН

### ПЛАН

1. **FOOD DESIGN** - новий напрям у технології приготування і оформлення страв і напоїв.
2. **Карвінг** як мистецтво декорування у ресторанних технологіях.

### Список рекомендованої літератури:

13. Гарасимлюк М. В. Роль запровадження інновацій в діяльність підприємств готельно-ресторанного господарства у подоланні наслідків коронавірусної кризи. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 58(1). С. 113-119.
14. Головня О.М. Тенденції розвитку готельно-ресторанного господарства в умовах формування соціально орієнтованої національної економіки. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2019. № 1. С. 53-69.
15. Головня О.М., Луцяк В.В., Ставська Ю.В. Стратегічне планування і тактика інноваційної діяльності у ресторанних підприємствах: розроблення функціональних харчових продуктів. *Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту*. 2018. №1 (24). С. 103-113.
16. Гросул В. А. Інноваційні технології оновлення бізнес-моделі підприємства ресторанного господарства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2019. Вип. 27(1). С. 39-44.
17. Колонтаєвський О. П. Креативний маркетинг в готельно-ресторанному бізнесі. *Комунальне господарство міст. Серія : Економічні науки*. 2018. Вип. 6. С. 50-53.

Food design – це нова галузь дизайну, покликана перевернути уявлення про їжу і дизайн, зруйнувати шаблони і стереотипи, показати те, чого ми раніше не помічали, заново подивитися на продукти харчування, процес приготування їжі, подання, упаковку.

Фуд-дизайн, по-перше, - це процес проектування, що веде до інновацій в області продуктів, які обслуговують процеси і системи, присвячених їжі і харчуванню.

Це включає в себе виробництво, збереження, обробку продуктів, приготування, транспортування, презентацію, споживання та утилізацію їжі.

Таким чином, фуд-дизайн зачіпає весь цикл життя матеріальної і нематеріальної культури, пов'язаної з їжею і продуктами харчування.

Фуд-дизайн, по-друге, - це перш за все предмет промисловості і промислової культури. Точно так же, як і зі знаряддями обробки продуктів, поки їжа - це кулінарія, а не виробництво, ми маємо справу з мистецтвом, а не дизайном, оскільки об'єкт створюється в єдиному екземплярі.

Фуд-дизайн як метод вирішення соціальних, економічних та технологічних проблем в області виробництва, збереження терміну життя, готування і споживання продуктів має широкий спектр застосування від вирішення конкретних споживчих завдань обраної групи користувачів до створення комплексних систем від виробництва, транспортування до етапу споживання.

Поняття екологічного фуд-дизайну дозволяє розглядати проектування в контексті життєвого циклу продукту або системи, що дозволяє вирішувати соціальні та культурні проблеми сучасності в області харчування в комплексі.

Їжа як невід'ємна частина людського життя грає різноманітні ролі в життєдіяльності, суспільстві і культурі. Існують різні способи класифікувати і розділити ці поняття.

Пірамідальна система відсилає нас до піраміди потреб Абрахама Маслоу.

Так само, як у Маслоу, піраміда Саттер поділена на розділи від більш основних і фундаментальних до більш розвинених.

Цих ступенів - шість: Рівень достатку, Рівень доступності, Постійний доступ до їжі, Смачна їжа, Нове продовольство, Продовольство як інструмент.

Точно так же, кожен наступний рівень не може бути задоволений, поки не задоволені попередні.

Темп життя стрімко збільшується. Все більш популярним стає культура фаст-фуду. Закусочний стиль споживання їжі, культура «снеків» і домашньої готування з напівфабрикатів - величезна частина «одноразового» стилю життя, спрямованого на сьогохвилинне задоволення потреб користувача.

Така поведінка не тільки завдає непоправної шкоди здоров'ю людини, а й руйнує всю екосистему «людина-середовище-їжа».

Збільшення кількості хронічних захворювань і кількості харчових відходів призвело до захоплення здоровим способом життя, моді на органічні продукти.

Пошук вирішення соціальних проблем в області харчування методами дизайн-проектування - один із напрямів досліджень в області фуд-дизайну.

В тому числі, фуд-дизайнери займаються проектуванням екологічно стійких систем і прагнуть скоротити шкоду, що наноситься екосистемі.

Прикладом відповідальності підходу може служити проект сміттєвої урни для кухні, розробленої компанією Whirlpool і представленої в 2017 році. Розробка для домашнього користування переробляє органічні відходи в компост менш ніж за 24 години.

Пошук вирішення соціальних проблем в області харчування методами дизайн-проектування - один із напрямів досліджень в області фуд-дизайну.

В тому числі, фуд-дизайнери займаються проектуванням екологічно стійких систем і прагнуть скоротити шкоду, що наноситься екосистемі.

Прикладом відповідальності підходу може служити проект сміттевої урни для кухні, розробленої компанією Whirlpool і представленої в 2017 році. Розробка для домашнього користування переробляє органічні відходи в компост менш ніж за 24 години.

**Карвінг** (від [англ.](#) *carve* — різати, вирізати) — мистецтво художнього різьблення по овочах і фруктах, що зародилось багато років тому на Сході, й за тисячі років стало частиною національних традицій. Майстри карвінга передавали свої знання у спадок.

Їжа давно перестала бути просто засобом для втамування голоду, вона перетворилася в мистецтво, і карвінг тому підтвердження. Історія карвінгу дуже цікава – вперше майстерність фігурного нарізання овочів і фруктів зародилась дві тисячі років тому в Таїланді.

У різних східних країнах карвінг ґрунтується на різних технічних прийомах, які істотно розрізняються. В одних країнах майстри працюють з широким рядом трафаретів і виїмок, і тільки тайські майстри сотні років вирізують з фруктів і овочів квіткові композиції. Вони виконують свої прикраси, використовуючи, в основному, тайський ніж в поєднанні з різними різцями.

- Їжа давно перестала бути просто засобом для втамування голоду, вона перетворилася в мистецтво, і карвінг тому підтвердження. Історія карвінгу дуже цікава – вперше майстерність фігурного нарізання овочів і фруктів зародилась дві тисячі років тому в Таїланді.

- У різних східних країнах карвінг ґрунтується на різних технічних прийомах, які істотно розрізняються. В одних країнах майстри працюють з широким рядом трафаретів і виїмок, і тільки тайські майстри сотні років вирізують з фруктів і овочів квіткові композиції. Вони виконують свої прикраси, використовуючи, в основному, тайський ніж в поєднанні з різними різцями.

Сало, яке любить чи не кожен українець, потрапило в сотню найпоживніших у світі продуктів, посівши восьме місце! Першу сходинку цього рейтингу вчені віддали мигдалю. Попереду нашого сала також тропічна рослина черімоя, океанський окунь, камбала, насіння чіа, гарбузове насіння та мангольд.

- Проте звичайною нарізкою стратегічного українського продукту уже нікого не здивуєш. Майстри з карвінгу роблять із нього чудові трояндові букети. Кажуть: сало давно перестало бути звичайною їжею. До речі, іноземці від таких «квітів» у повному захваті. Ця смачна краса побувала вже в 16-ти країнах світу!

До речі, троянди з сала – це не єдиний оригінальний смачний шедевр. Взимку 2019 року в Полтаві на святі, присвяченому цьому продукту, з нього

приготували... торт. Назвали його український або сальний «Наполеон». У ролі коржів виступало сало, присипане спеціями, а замість крему – гірчиця і хрін.

- Тайські майстри сотні років вирізають з фруктів і овочів квіткові композиції. І це не дивно, адже в державній символіці Таїланду повсюдно присутня орхідеї та інші квіти. Майстри виконують свої прикраси, використовуючи переважно тайський ніж (маленький ніж з вигнутим лезом і опущеним вістря) і різноманітні різці.

- Робота ця довга і копітка, тому й вироби у тайських майстрів виходять вишуканіші. Кулінарні традиції Таїланду наповнені духовною красою, витонченістю і фантазією, яка відображає спосіб життя цього народу. Повага та увага, яку майстер приділяє гостям, втілена в досконалості прикрас, створених ним для святкового столу.

Розрізняють європейський та азійський карвінг. Європейський карвінг — це різьблення по овочах і фруктах, які ростуть у Європі: редьці, редисці, буряках, моркві, болгарських і гострих перцях, кабачках, гарбузах, баклажанах, цибулі, капусті.

Майстри азійського карвінгу використовують кавуни, дині, папаю, авокадо, манго, на яких різьблять візерунки.

- Візерунки на овочах і фруктах різьблять спеціальними інструментами. Основний інструмент майстра — тайський ніж. Існують також:

- Карбовочні ножі (гострі, V-подібні, квадратні, круглі широкі і вузькі),
- Ніж нуазетний або нуазетка (інша назва ніж-виїмка) круглої і овальної форми,
- Ніж для канелірування (для нанесення канавок-канелюр),
- Ніж граверний тощо.

Карвінгу можна навчитись в домашніх умовах, і для цього не потрібно бути професіоналом – досить мати хороший набір інструментів для карвінгу і знати деякі тонкощі цієї науки.

В магазинах можна побачити безліч інструментів для карвінгу – ножі, виїмки і стамески, за допомогою яких досвідчені кулінари вирізають квіти, пелюстки, геометричні фігурки та інші прикраси.



## ТЕМА 9. КВІТКОВА ГАСТРОНОМІЯ

### ПЛАН

1. Особливості використання квітів в кулінарії
2. Зацукровані квіти
3. Технологія приготування зацукрованих квітів

### Список рекомендованої літератури:

1. Головня О.М., Луцяк В.В., Ставська Ю.В. Стратегічне планування і тактика інноваційної діяльності у ресторанних підприємствах: розроблення функціональних харчових продуктів. *Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту*. 2018. №1 (24). С. 103-113.
2. Головня О.М. Тенденції розвитку готельно-ресторанного господарства в умовах формування соціально орієнтованої національної економіки. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2019. № 1. С. 53-69.
3. Колонтаєвський О. П. Креативний маркетинг в готельно-ресторанному бізнесі. *Комунальне господарство міст. Серія : Економічні науки*. 2018. Вип. 6. С. 50-53.
4. Гросул В. А. Інноваційні технології оновлення бізнес-моделі підприємства ресторанного господарства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2019. Вип. 27(1). С. 39-44.
5. Гарасимлюк М. В. Роль запровадження інновацій в діяльність підприємств готельно-ресторанного господарства у подоланні наслідків коронавірусної кризи. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 58(1). С. 113-119.

Використовувати квіти в кулінарії почали більше 2000 років тому. Дані рослини застосовували в їжу народи Стародавнього Риму, Греції, ацтеки. У Греції їжу майстерно прикрашали не тільки пелюстками, а й цілими бутонами.

Ці страви з'явилися незалежно один від одного в багатьох районах планети: Японія, Китай, Лівія, Індія; пізніше проникли в італійську та французьку кухню. Однак після відкриття водного шляху в Індію квіти втратили свою цінність як приправи для людей високих станів, і на їхнє місце прийшли прянощі (кориця, кмин та ін.).

Незабаром стали зникати й інші страви з квітами, так як з'явилися нові їстівні рослини, однак квіти продовжували використовувати в їжу найбідніші верстви населення. Знову популярними квіти стали в 80-х роках 20 століття і залишаються популярними досі, але не як повсякденна їжа, а делікатес.

• В даний час в їжу вживаються понад 45 видів квітів. Зустріти квіти в меню ресторанів Європи складно, а ось в Азії вони числяться як дорога й ексклюзивна страва. Також ця культура набула великої популярності серед туристів.

- календула
- лілія
- герань
- лаванда
- маргаритка
- фіалка
- кульбаба
- лілейник
- Квітка Юккі
- чорнобривці
- крокус
- фіалка триколірна
- тюльпани
- ромашка
- волошка
- гвоздика
- конюшина
- фуксія
- гладіолус
- мальва
- соняшник

У кухнях багатьох країн додають у їжу різноманітні квіти - не лише гарно, а й смачно. Основними стравами є салати та десерти, проте деякі квіти знаходять і ширше застосування.

#### Квіти цукіні

Великі жовті квіти цукіні — одні із найсмачніших істівних квітів. І хоча рід рослин відноситься до роду гарбузів та кабачків, у кулінарії освоїли тільки їх. Цікаво те, що у квітів цукіні є стать. Жіночі квіти розквітають першими і до того часу, як плід дозріває, уже повністю в'януть. Чоловічі квіти розкриваються пізніше, але є більшими за розміром і дуже довго квітнуть. Як правило, на цьому стеблі плід уже не з'явиться. За смаком квіти м'які та солодкі. Їх їдять сирими, додають у салати, фарширують різноманітними начинками, смажать у клярі (найпростіший та найсмачніший варіант).

#### • Настурція

• У нашій місцевості **рослина** більше відома як лікарська, хоча у світовій гастрономії її знають, люблять і високо цінують за пікантний, дещо перцевий смак із солодким, пряним післясмаком. Настурція потрапила у Європу разом із іспанськими мореплавцями. На батьківщині, у Мексиці, її здавна

споживали у свіжому вигляді, додаючи у салати. Варто відмітити, що настурція — повністю їстівна **рослина**. Паростки додають у салати, супи та сендвічі, а сушені **квіти** та стебла — у якості приправи для заправки. Червоні, помаранчеві та жовті свіжі **квіти** їдять у складі салатів, прикрашають ними страви із сирів та овочів.

- **Лаванда**

Крихітні фіолетові **квіти** мають дуже яскравий смак та аромат сосни кедру, і легку солодкавість у свіжому вигляді. Лаванду додають до сумішей трав при приготуванні м'яса, приправляють **квітами** десерти — від випічки до різноманітних желе, ароматизують нею вершки, бульйони, цукор. Досить інтенсивний смак, якщо переборщити, стає дуже “мильним”, тому додавати лаванду варто у невеликих кількостях.

- **Кульбаба**

Про неї кажуть “квіти також їстівні”, тому загострювати на них увагу не будемо. А ось про листя варто поговорити. Як родич цикорію, листя кульбаби обіцяють бути надзвичайно багатими на вітаміни, і у свіжому вигляді володіють приємною гіркотою, яка поєднується із більш ніжними салатами.

Також, у напої та десерти додають квіти акації, липи, ромашки, жасмину, бузку, дрібні хризантеми, маргаритки та апельсинові квіти.

- У наш час найбільш популярною споживачами їстівної квіткової культурою є троянда. Основним постачальником цього делікатесу є квіткові плантації міста [Куенка](#) в [Еквадорі](#). Поля з незвичайними квітами знаходяться в екологічно чистих гірських районах міста, де місцеві умільці обробляють плантації без використання пестицидів і хімічних добрив, поливаючи талою водою снігових вершин Анд й використовуючи тільки природні добрива. На Середньому Сході кухарі використовують цей інгредієнт протягом сотень років. На сьогоднішній день пелюстки троянд також збирають з великих полів Лівії, але кількість їстівних троянд серед інших невелика.

Виробництво даного продукту досить затратне, але власники плантацій Куенки впевнені в успіху проекту, так як замовлення на дивовижний десерт надходять з усього світу, хоча поласувати салатами та кондитерськими виробами з трояндами поки що можна тільки в ресторанах Нью-Йорку і Барселони.

Цей інгредієнт володіє також цілющими властивостями, так як в ньому високий вміст кальцію і вітаміну С.

Дегустатори делікатесу кажуть, що пелюстки троянд мають незвичайний з легким присмаком руколи смак. Однак цінуються «гастрономічні» троянди ще й через маленького масштабу виробництва, тому що з усіх троянд однієї плантації тільки близько 100 000 вирощують в гастрономічних цілях.

Туристичні маршрути Еквадору поповнені відвідуванням плантацій з незвичайною культурою, де туристи можуть спробувати троянди на смак прямо з кущів.

- **Зелений салат із фіалками**
- **Інгредієнти**
- Зелений мікс-салат — 250 г.
- **Квіти** фіалки — велика жменя.
- Червоний винний оцет — 1 ч.л.
- Діжонська гірчиця — 1 ч.л.
- Оливкова олія — 3 ст.л.
- Сіль.
- **Технологія приготування**
- Змішати оцет та гірчицю із оливковою олією, приправити сіллю та ретельно перемішати. Заправити отриманим соусом мікс-салат, потім викласти **квіти**. За смаком можна додати у салат декілька кедрових горіхів або м'якого овечого чи козячого сиру.

Своєю назвою рослина зобов'язана запаху, який дуже схожий на огірковий. З цієї квітки виготовляють різні настої, чаї, використовують в салатах, так як він містить вітаміни А і С, а також каротин та ефірні олії.

Воїнам Стародавнього Риму для зміцнення духу і мужності дуже часто додавали в раціон страви з огірочнику, а в Середньовіччя лицарі перед турніром випивали настоянку з огіркової трави і деякі прикрашали голову вінками з цієї квітки.

- Хризантеми дуже популярні в східних країнах: Китаї, Японії.
- Їх цінують через лікарських властивостей.
- Ці квіти додають в салати, але також їдять і в сирому вигляді.
- У їжу йдуть і пагони, і листя, і суцвіття цих квітів.

Герань або пеларгонія (*Pelargonium species*)

Багато хто любить чай з липового цвіту чи гібіскуса (каркаде або суданська троянда). А чи пробували додавати у чай пелюстки пеларгонії, яка у багатьох росте на балконах і підвіконнях? Квітами та пелюстками герані можна посипати різноманітні десерти, використовувати їх у різноманітних прохолоджувальних напоях та коктейлях, заморожувати у кубиках льоду, використовувати для ароматизації тушкованих та запечених яблук і груш. Зацукровані пелюстки герані також застосовують кондитери для прикрашання десертів, тортів та тістечок.

- У кулінарії квіти часто використовуються в зацукрованому вигляді як самостійний десерт або прикраса інших десертів. Ця традиція походить з арабських країн.
- **Зацукровані квіти** — їстівні [квіти](#) або [пелюстки](#) їстівних квітів, законсервовані в [цукровому сиропі](#) або [цукрі](#). Використовуються для

прикрашання [тортів](#), [десертів](#), як компонент [фруктових салатів](#) та як самостійний десерт.

Використання їстівних квітів у кондитерському мистецтві походить з арабських країн. Квіти використовувалися для виготовлення шербету, сиропів, квіткової води. Виготовлення зацукрованих фруктів (кандирування) було традиційним способом заготівлі на Близькому Сході. Тут заготовляли і ласощі гулканд з подрібнених квітів, змішаних з цукром. Перша згадка квітів у кондитерському виробництві в Європі відноситься до XI століття: з троянд і фіалок готували варення та джеми. У XVII-XVIII століттях входять в моду імітації живих квітів, майстерно виконані з карамелі і ароматизовані квіткової есенції. За участю цукрових квітів створювали цілі скульптурні композиції. В цей же час відродився і інтерес до живих квітів як до інгредієнту для кондитерських виробів. У кулінарній книзі «Delightes for Ladies» описаний рецепт виготовлення зацукрованих троянд з використанням цукрового сиропу, звареного на трояндовій воді. У книзі містився і більш екзотичний спосіб зацукровування троянд, відповідно до якого квітки слід поливати цукровим сиропом, ще коли вони перебували на трояндовому кущі.

- Зацукровані троянди, фіалки та квіти [помаранчевого дерева](#) стали настільки популярні, що їх виробництво прийняло промисловий масштаб. Щоб зацукровані квіти добре виглядали і довго зберігалися, їх треба збирати вночі або на світанку і переробляти протягом декількох годин після збору. Тому підприємства, що випускали солодкі квіти, розташовувалися поблизу традиційних районів квітництва, в основному в [Іспанії](#), на півдні [Франції](#) та північному заході [Італії](#).

- За рецептом, запатентованим в 1906 році, до цих пір виробляє зацукровані пелюстки троянд компанія *Pietro Romanengo fu Stefano*, заснована в сиропі, що призводить до втрати забарвлення, тому їх присипають цукром, підфарбовують харчовими барвниками.

## ТЕМА 10. Ф'ЮЖИ – АВТОРСЬКА КУХНЯ

### Список рекомендованої літератури:

1. Габрель Т. М. Еклектика, фьюжн та кітч у дизайні інтер'єру громадських закладів. *Art and Design*. 2020. № 1. С. 82-93.
2. Балацька Н. Ю. Інноваційні аспекти розвитку підприємств ресторанного бізнесу. *Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво*. 2019. № 5. С. 76-81.
3. Гарасимлюк М. В. Роль запровадження інновацій в діяльність підприємств готельно-ресторанного господарства у подоланні наслідків коронавірусної кризи. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 58(1). С. 113-119.
4. Головня О.М., Луцяк В.В., Ставська Ю.В. Стратегічне планування і тактика інноваційної діяльності у ресторанных підприємствах: розроблення функціональних харчових продуктів. *Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту*. 2018. №1 (24). С. 103-113.
5. Гросул В. А. Інноваційні технології оновлення бізнес-моделі підприємства ресторанного господарства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2019. Вип. 27(1). С. 39-44.
6. Завадинська О. Ю. Сучасні тенденції впровадження інноваційних форм обслуговування в закладах ресторанного господарства. *Підприємництво і торгівля*. 2019. Вип. 25. С. 54-59.
7. Колонтаєвський О. П. Креативний маркетинг в готельно-ресторанному бізнесі. *Комунальне господарство міст. Серія : Економічні науки*. 2018. Вип. 6. С. 50-53.

Кухня фьюжн (від англійського fusion - злиття, змішання) - одночасно одне із самих нових і старих напрямків в кулінарії.

Втім, цей термін відноситься не тільки до цієї області, його можна зустріти буквально де завгодно. Стосовно до кулінарії особливість цього стилю полягає в з'єднанні несумісного. Але це не як могло б здатися, кожне блюдо ретельно вивірене і буквально є шедевром кухарського мистецтва.

Тільки висококласні кулінари можуть філігранно з'єднувати елементи європейської та азійської або середземноморської та тихоокеанської кухні. Однак на більш-менш простому рівні цей напрям є абсолютно всім.

• Зрозуміло, в усі часи існували люди, які шукали нові смаки і поєднання. Вони подарували світу чудові страви, тепер уже здаються звичними і не викликають подиву. Але колись немислимі поєднання здавалися дикими, а тому страшно популярними.

- Однак кухня фьюжн отримала свою назву не так вже й давно, незважаючи на те, що її існування явно налічує сотні, а швидше за все навіть тисячі років. Достеменно невідомо, хто першим повернувся до цього напрямку. Одна з версій - французькі кухарі, які хотіли знову розпалити згасаючий інтерес до своїх кулінарних традицій. Інший варіант - американці, розсердившись на весь світ за те, що їх вважається фастфуд. У будь-якому випадку друге народження цього напрямку дало потужний стимул до експериментів, в тому числі і в домашніх умовах.

- В умовах жорсткої конкуренції в ресторанному бізнесі кухарям доводиться винаходити все нові напрямки, щоб догодити вимогливим гостям. Мабуть, один з найновіших і незвичайних стилів - молекулярна кухня. Її особливість полягає в тому, що всі страви подаються в украй несподіваному вигляді: крем з лосося, морозиво з буряка, спагетті з шпинату, піна з полуниці. Талановиті кулінари вважають, що це повернення до витоків, чистим смакам. Але повторити це в домашніх умовах без професійного обладнання практично неможливо через особливих умов приготування. Так що поки кухарям, наступним модним тенденціям, залишається освоювати кухню фьюжн.

- Під словом « **фьюжн** » (Від англ. **fusion** - злиття, об'єднання) в кулінарії розуміється змішання багатьох кулінарних традицій (продуктів і способів їх обробки) в одній страві. Цей стиль особливо модний в останні кілька десятиліть, але назвати його новим віянням було б помилкою, адже вся історія кулінарії - це поступове змішання і взаємопроникнення культур. Американці просто дали красиву назву цієї тенденції. Сталося це в кінці 1970-х, коли в Каліфорнії з'їхалися представники тихоокеанських, південноамериканських і європейських народів, серед яких були й талановиті кухарі. Ще раніше, на початку 20 століття подібне відбувалося на Гаваях, де поєдналися американські і японські кулінарні традиції.

- Перший ресторан в стилі ф'южн був відкритий в Лос-Анжелесі. Кухарями в ньому працювали американці, японці і італійці. Спочатку під словом фьюжн малося на увазі злиття традицій сходу і заходу, наприклад, японської та французької кухні або китайської і загальноєвропейської. Пізніше поняття розширилося і стало означати інтеграцію будь-яких, навіть дуже схожих, культур. Зараз фьюжн - це в першу чергу компроміс, пошук місцевих замінників екзотичних продуктів і адаптація чужих традицій до потреб і смаків місцевого населення. Наприклад, гострі китайські або полінезійські страви в Росії готують не такими палючими, а для приготування плову використовують не тільки баранину. Один з напрямків стилю ф'южн - «реанімація» стародавніх рецептів і їх адаптація до умов, що змінилися. Окремий напрямок цього стилю - створення незвичайних поєднань з продуктів однієї кулінарної традиції (наприклад, м'ясо, мариноване в каві, або пельмені з горіхами). Саме цей напрям породило хибне уявлення про стилі ф'южн як про поєднання непоєднуваних продуктів. Страви в стилі ф'южн хоча і несподівані, але обов'язково смачні і збалансовані. Ці продукти значно змінять смак знайомих страв. Принцип змішування культур

буде корисний тим, хто хоче урізноманітнити гарніри. Зверніть увагу на булгур, нут, маш, сочевицю, горох, різноманітну квасоля і безліч сортів рису. Спробуйте нові для вас способи обробки продуктів: короткочасна жарка в китайській сковороді вок, приготування на пару, запікання риби у великій кількості солі. Поєднання російських млинців з принципом приготування японських роллів створить цікаву страву: млинцеві роли. У приготуванні складних страв використовуйте принцип «нового потроху» і додавайте новий інгредієнт в невеликій кількості до вже відомого страви. Не варто готувати страву відразу з декількох незнайомих вам продуктів. Коктейлі - яскравий зразок стилю ф'южн в напоях.

• Терміном «ф'южн» охоче користуються ресторани, часто прикриваючи за ним брак майстерності кухаря. Адже куди простіше змішати екзотичні інгредієнти і назвати це блюдо авторським, ніж якісно приготувати традиційне м'ясне блюдо або десерт. До того ж, за «качку з диким рисом під імбирно-вишневим соусом» або за «омара з молоком кокоса» можна виставити астрономічний рахунок. Справжній професіонал не буде хизуватися тим, що працює в стилі ф'южн і поєднує непоєднуване, адже основне завдання кухаря - приготувати смачну страву, а не композицію в стилі абстракціонізму. Будь-кухар використовує елементи стилю ф'южн в роботі, модифікуючи рецепти в залежності від продуктів або просто імпровізуючи під настрій. У кулінарії, як і всюди, успіх імпровізації залежить від досвіду. Хороший кухар, навіть імпровізуючи, точно знає, що робить. Як і в дизайні або в музиці, для змішування несумісного необхідний бездоганний смак і почуття міри. Щоб смачно приготувати баранину або птицю в шоколаді, недостатньо механічного з'єднання компонентів. Такі еклектичні страви вимагають безлічі експериментів і спеціальних знань.

### **Рецепти в стилі ф'южн**

#### **• Складові:**

приблизно рівні частини моркви, кукурудзи, зеленого горошку, солодкого перцю, грибів, стручкової квасолі, стебел селери і картоплі,  
50-100 г кешью,  
оливкова олія для смаження.

#### **• приготування:**

Подрібніть овочі та горіхи, розігрійте сковороду вок і обсмажте спочатку моркву, потім додайте до неї інші овочі і, в останню чергу - горіхи. Подавайте із соєвим соусом або як гарнір до м'яса.

#### **Складові:**

300-400 г шпинату,  
2 апельсини,



1 цибулина,  
2 ст.л. оливкового масла,  
1 л овочевого бульйону,  
вершки, сіль, прянощі - за смаком.

приготування:

У каструлі спассеруйте цибулю, додайте шпинат, апельсиновий сік і цедру, влийте бульйон і доведіть суп до кипіння. Варіть на слабкому вогні 10-15 хвилин, додайте сіль і прянощі, остудіть. Подавайте з вершками і часточками апельсина. /

Фьюжн-ресторан авторської кухні Split, який в вересні 2017 року підкорив львів'ян своїм дизайном та меню, насиченим стравами паназійської кухні.

## ТЕМА 11. HAUTE CUISINE (ВИСОКА КУХНЯ)

### Список рекомендованої літератури:

1. Гарасимлюк М. В. Роль запровадження інновацій в діяльність підприємств готельно-ресторанного господарства у подоланні наслідків коронавірусної кризи. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 58(1). С. 113-119.
2. Головня О.М. Тенденції розвитку готельно-ресторанного господарства в умовах формування соціально орієнтованої національної економіки. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2019. № 1. С. 53-69.
3. Головня О.М., Луцяк В.В., Ставська Ю.В. Стратегічне планування і тактика інноваційної діяльності у рестораних підприємствах: розроблення функціональних харчових продуктів. *Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту*. 2018. №1 (24). С. 103-113.
4. Гросул В. А. Інноваційні технології оновлення бізнес-моделі підприємства ресторанного господарства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2019. Вип. 27(1). С. 39-44.
5. Колонтаєвський О. П. Креативний маркетинг в готельно-ресторанному бізнесі. *Комунальне господарство міст. Серія : Економічні науки*. 2018. Вип. 6. С. 50-53.
6. Томаля Т. С. Інновації в закладах ресторанного господарства. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2016. № 5(1). С. 185-188.
7. Якушев О. Інноваційні технології в управлінні бізнес-процесами підприємств сфери готельно-ресторанних та туристичних послуг. *Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації*. 2020. Т. 3, № 2. С. 195-208.

Французьку кухню умовно поділяють на три частини:  
cuisine regionale (регіональна кухня)  
cuisine bourgeoise (загальнопоширена французька кухня)  
haute cuisine (вишукана кухня, [висока кухня](#)), прикладом якої свого часу була придворна кухня французьких королів.

Для тих, хто хоче вивчити [французькі кулінарні техніки](#), розуміння історії національної кухні, безумовно, корисно. Французька кулінарна історія багата і цікава, пройшовши кілька епох, в яких найлегендарніші кухарі нації зробили свій слід. Зокрема, висока кухня була основною точкою уваги для багатьох французьких кухарів протягом останніх кількох століть, традиції передавались і коригувались від La Varenne до Careme до Escoffier. Франсуа П'єр Ла Варенн багато в чому є хрещеним батьком сучасної французької кухні і був

автором того, що, на думку багатьох кухарів та істориків, є першою справжньою французькою кулінарною книгою. Його робота відповідає за створення високої кухні, якою ми її знаємо сьогодні.

**Поняття високої кухні.** Французькі кулінари дізнались значну кількість від італійців, які історично були набагато прогресивнішими в кулінарному мистецтві. Поки Ла Варен не почав займатися кулінарною торгівлею в 17 столітті, французькі страви часто складалися з грандіозних порцій. Стиль високої кухні безпосередньо протиставлявся цій традиційній ідеології їдальні. Висока кухня робить менший акцент на кількості їжі, а замість цього робить акцент на помірних порціях з високоякісними інгредієнтами. У перекладі на «високу кухню» цей рух був певним чином по суті буржуазним, і, можливо, саме тому багато відомих французьких кухарів працювали на знатну клієнтуру. За даними CooksInfo.com, Ла Варен працював на маркіза д'Укселя.

Після Французької революції Марі-Антуан Кареме продовжила поняття високої кухні з акцентом на материнських соусах. За даними The Guardian, Кареме був відомий як своїми багатими стравами, так і складними центральними елементами, які він створив. Багато хто вважає Кареме засновником сучасної французької гастрономії, і, як і Ла Варен, він служив приватним шеф-кухарем для багатих. За свою кар'єру Карем виробляв сотні соусів і продовжував зосереджуватись на їжі як виду мистецтва.

Робота Кареме підготувала Огюста Ескофф'є, який не лише модернізував кулінарні концепції своїх попередників, а й сприяв підвищенню ефективності кухні. Щоб створити високу кухню в більших масштабах, Ескофф'є розробив на кухні бригадну систему, в якій п'ять станцій використовуються для виконання різних кулінарних завдань. Ескофф'є був шеф-кухарем у кількох легендарних готелях високого класу, зокрема в Лондоні, по суті став особистим кухарем для дворян у місті.

Сьогодні багата історія, викладена цими кухарями, продовжує впливати на сучасні кулінарні уми. Французька висока кухня до цього дня робить акцент на невеликих меню з вишуканими інгредієнтами та вишуканістю.

Регіональна французька кухня південних провінцій (Гасконь, Лангедок, Прованс, країна Басків), відрізняється гостротою, використанням при готуванні страв вин і спецій, і особливо, часнику і цибулі. Має свої характерні риси ельзаська кухня, що успадкувала уподобання етнічних німців і характеризується значним споживанням свинини і капусти. Жителі прибережних районів воліють використовувати у своїй кухні морепродукти: рибу, крабів, омарів, лангустів, креветок і т.і.

Головною особливістю французької кухні є використання винятково свіжих продуктів, причому якості й особливості властиві кожному продукту повинні зберігатися і після процесу готування. Незважаючи на відмінності [регіональних](#) кулінарних традицій, характерною рисою національної французької кухні є достаток [овочів](#) і коренеплодів: [картопля](#), стручкова [квасоля](#), різні сорти цибулі, [шпинату](#), [капуста](#) різних сортів, [помідори](#), [баклажани](#), [селера](#), [петрушка](#), [салати](#) використовуються для готування салатів, перших і других страв, а також як [гарніри](#).

Висока кухня — кухня закладів «високого рівня», «великих» шкіл, вишуканих ресторанів і розкішних готелів Франції, яка характеризується ретельною підготовкою і ретельною презентацією продуктів харчування, як правило, досить коштовних, і супроводжується рідкісними винами.

В усьому світі французька кухня відома своїми делікатесами і вважається найвишуканішою. Особливістю кухні вважаються сири, яких тут понад 400 сортів та вина, без яких не можна уявити собі французьку трапезу.

Цікаві факти про французьку кухню:

У 2010 році французька кухня була занесена ЮНЕСКО в список нематеріальної культурної спадщини людства.

Французьку кухню умовно ділять на *cuisine regionale* (регіональну кухню), *cuisine bourgeoise* (загальну французьку кухню) та *haute cuisine* (високу кухню), прикладом якої свого часу була придворна кухня французьких королів.

Регіональна французька кухня відрізняється традиційністю. Якщо в Провансі в м'ясо додадуть більше запашних трав, то в Бургундії його приготують з вином.

У порівнянні з іншими країнами Європи у французькій кулінарії використовується менше молочних продуктів. Виняток становлять всесвітньо відомі сири.

Жаб'ячі лапки — відомий французький делікатес, який зараз не часто подають в ресторані. Це пов'язано зі складнощами в приготуванні і багатьма заборонами, покликаними уберегти жаб від повного знищення. Як свідчить історія, ця екзотична страва, за часів середньовіччя зовсім не вважалась делікатесом і було їжею бідних селян.

Протягом століть цибулевий суп можна було зустріти лише на столах бідних селян. Тільки у XVIII столітті він став королівським делікатесом. За легендою, винахідником сучасної версії цибулевого супу був Людовик XV — опинившись на полюванні без вечері, він приготував суп з цибулі, олії та шампанського.

Кіш лорен — старовинний французький відкритий пиріг з беконом та вершками. Назва та рецептура пирога з'явилися у XVI столітті в провінції Лотарингія, яка історично поєднує французьку та німецьку культури. Традиційна

заощадливість місцевого населення змушувала їх не викидати жодних решток продуктів та вигадувати з них страви.

1960-ті були ознаменовані появою *кухня нувеля*, оскільки кухарі повстали від "ортодоксальності" та складності Ескоф'є. Хоча термін *кухня нувеля* використовувались раніше, сучасне вживання можна віднести до авторів [Андре Гайо](#) [Анрі Голт](#), і [Крістіан Мійо](#), хто використовував *кухня нувеля* для опису приготування [Пол Бокуз](#), [Каплиця Алена](#), Жан і [П'єр Труссос](#), [Мішель Герар](#), [Роджер Верге](#) і [Реймонд Олівер](#), багато з яких колись були студентами [Фернан Пойнт](#).

В загальному, *кухня нувеля* робить акцент на натуральних ароматизаторах, тому використовуються максимально свіжі інгредієнти, спрощується приготування, важкі соуси рідше, як і міцні маринади для м'яса, а час приготування часто скорочується. *Кухня Нувель* був рух до [концептуалізм](#) і [мінімалізм](#) і було прямим протиставленням раніше *висока кухня* стилі кулінарії, які були набагато екстравагантнішими. Хоча меню ставало дедалі коротшим, страви використовували вигадливіші пари та покладались на натхнення з місцевих страв.

Однак протягом 20 років кухарі почали повертатися до більш раннього стилю *висока кухня*, хоча багато нових технік залишилось

«Дуже висока кухня» – новий ресторан у Львові від холдингу емоцій !FEST. Він розташований на п'ятому поверсі Венеційської кам'яниці, що на площі Ринок. Офіційне відкриття відбулося 22 грудня 2018 року.

Концепція. Головна особливість «Дуже високої кухні» – тут немає меню та офіціантів, лише кухарі та технічний персонал. Замість того, щоб обирати страви зі списку, гості повинні спілкуватися з кухарем, який допомагає визначитися із замовленням. Із гостем обговорюватимуть очікувані інгредієнти та спосіб приготування страви, а також розмір порції.

## ТЕМА 12. ШОКОЛАДНЕ МИСТЕЦТВО

1. Шоколад як вид мистецтва
2. Шоколад як мистецтво: найвідоміші музеї шоколаду
3. Фігури з шоколаду для прикраси тортів і тістечок

### Список рекомендованої літератури:

1. Гарасимлюк М. В. Роль запровадження інновацій в діяльність підприємств готельно-ресторанного господарства у подоланні наслідків коронавірусної кризи. Причорноморські економічні студії. 2020. Вип. 58(1). С. 113-119.
2. Головня О.М. Тенденції розвитку готельно-ресторанного господарства в умовах формування соціально орієнтованої національної економіки. Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2019. № 1. С. 53-69.
3. Головня О.М., Луцяк В.В., Ставська Ю.В. Стратегічне планування і тактика інноваційної діяльності у рестораних підприємствах: розроблення функціональних харчових продуктів. Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. 2018. №1 (24). С. 103-113.
4. Гросул В. А. Інноваційні технології оновлення бізнес-моделі підприємства ресторанного господарства. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. Вип. 27(1). С. 39-44.
5. Колонтаєвський О. П. Креативний маркетинг в готельно-ресторанному бізнесі. Комунальне господарство міст. Серія : Економічні науки. 2018. Вип. 6. С. 50-53.
6. Якушев О. Інноваційні технології в управлінні бізнес-процесами підприємств сфери готельно-ресторанних та туристичних послуг. Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації. 2020. Т. 3, № 2. С. 195-208.

11 липня – **Всесвітній день шоколаду**, свято, яке об'єднує людей різних професій і різних соціальних груп. Адже важко знайти людину, яка була би байдужою до шоколаду. Ми любимо його за яскравий смак і неймовірну багатолітність. Чорний чи молочний, з солоною карамеллю чи з горішками, з фруктову начинкою чи родзинками? У кожного десерту знайдеться свій шанувальник.

І лише найпристрасніші шоколадомани полюбують смакувати «шоколад із шоколадом» та ще й, подекуди, запивати його гарячим какао.

Не зважаючи на величезну популярність, шоколад отримав своє офіційне свято порівняно нещодавно. Вперше відзначати День шоколаду почали у

**Франції 1995 року.** Тому свято подекуди досі носить назву Європейського дня шоколаду.

Але ми ж з вами знаємо, що для шоколаду не існує кордонів, його люблять однаково і в Європі, й у Новій Зеландії, і в Латинській Америці. А **мешканці США** взагалі вирішили, що для них одного Дня шоколаду замало і почали відзначати це свято **двічі на рік**. Так, американці святкують День шоколаду 7 липня і 28 жовтня.

Гарячий в'язкий напій, трюфелі, муси, суфле, глазур і шоколадні фігурки на торт своїми руками — завдяки наміснику іспанського короля Фернанду Кортесу, який завіз какао боби в Європу, сьогодні кулінари активно використовують шоколад у своїй роботі. Однак ще пару сотень років тому його могли собі дозволити виключно знатні і заможні європейці. Сьогодні купити якісний кондитерський шоколад для своїх шедеврів може будь-який кондитер.

На смак і якість шоколаду в значній мірі впливає сорт какао бобів і технологія приготування (температура, час, добавки). Спочатку плоди какао очищають, видаляють з них зайву вологу, потім дроблять в крупку, яку пізніше розмелюють до отримання тертого какао. З нього після додаткової обробки отримують какао-масло і какао порошок. Саме терте какао і какао масло є основою хорошого шоколаду. Додатково в нього також можуть додавати цукор, молоко, ваніль.

Щоб отримати стійкі шоколадні прикраси на торт, обирайте по-справжньому якісний продукт.

Кондитери з досвідом знають, як важливо обрати якісний шоколад для роботи. Спостерігаючи за роботою професіоналів ви могли бачити, як вони використовують в своїх рецептах шоколад крапельки. Деякі кулінари-новачки ще не знайомі з цим продуктом. Це — кулінарний шоколад, і на відміну від магазинних шоколадних плиток він і смачний, і ідеально підходить для роботи кондитера. Він добре і рівномірно плавиться, має насичений смак і аромат, прекрасно підходить для покриття тортів, створення фігурок і прикрас. Як і класичні плитки, краплі теж бувають декількох видів:

- темні;
- молочні;
- білі.



Але на відміну від плиток зі звичайного магазину, в кондитерських дропсах ви не зустрінете горішків, кураги та інших смакових добавок. Тільки справжнє какао-масло і какао терте, які надають десертам той самий шоколадний смак з легкою характерною гіркуватістю.

Ви можете придбати справжні кондитерські **шоколадні дропси** без домішок і добавок в нашому інтернет-магазині. Переходьте в каталог і обирайте продукцію на свій смак.

### Шоколад в краплях для ваших десертів

Що таке шоколадні дропси — це невеликі порції якісного шоколаду. Завдяки зручній формі ви легко зможете відміряти необхідну кількість сировини для роботи. Розтопити краплі просто, ви можете використовувати:

- мікрохвильову піч — короткими імпульсами по 5 секунд;
- водяну баню — тримайте конструкцію, поки більша частина шматочків не стане, але не довше, інакше є шанс перегріти масу.

Кондитери початківці часто запитують в інтернеті як зробити глазур з шоколадних крапель. Все досить просто. Потрібно до розтопленої маси додати теплих вершків з розрахунку 3-4 столових ложки на 100 г крапель. Можна додати молоко замість вершків, а для м'якої глазури, яка густо покриє ваші тістечка, додайте 40 г вершкового масла. Готова глазур за консистенцією повинна нагадувати сметану. Не чекайте поки вона охолоне і загусне, покривайте нею десерти відразу після приготування.

Однією з найефектніших прикрас є красиві рівномірні крапельки шоколаду, які обрамляють торт, покритий світлим або кольоровим кремом. Зробити краплі шоколаду на торті насправді зовсім не складно: влийте підготовлену глазур в кондитерський мішок, відріжте невеликий кінчик і обережно покрийте глазур'ю край вашого торта. Вона почне красиво стікати, а після застигне в такому стані.

Багато кондитерів використовують цілі дропси як добавки в тісто для печива, мафінів, кексів а також для прикрашання. Посипте ними кульки морозива і це відразу віддінить як смак, так і зовнішній вигляд десерту. Щоб шоколад в краплях не розтанув при випічці обирайте спеціальні дропси, термостабільні. Вони не втрачають форму і не тануть при високих температурах.

### Як зробити шоколадні краплі в домашніх умовах

Далеко не завжди дропси бувають під рукою в потрібний момент. Але ви завжди можете зробити їх самостійно! Ми розповімо як зробити шоколадні краплі вдома без специфічних інструментів.



Вам знадобиться якісний бельгійський шоколад — в ньому високий вміст какао масла та тертого какао, немає рослинних жирів і інших замінників. Це ідеальна сировина для виготовлення дропси.

Покроковий рецепт приготування дропсів:

1. Розтопіть шоколад. Скористайтесь водяною банею або мікрохвильовкою, як вам зручніше.
2. Готову масу перелийте в кондитерський мішок.
3. Підготуйте велику дошку або лист, застеліть їх пергаментом. Або використовуйте силіконовий килимок, його не потрібно нічим змащувати.
4. Відріжте крихітний кінчик у кондитерського мішка — за розміром крапельок, які ви хочете отримати.
5. Відсадіть невеликі крапельки на поверхню пергаменту або килимка.
6. Дочекайтеся, поки шоколад застигне і обережно зберіть краплі за допомогою шпателя або ножа.

Такі крапельки можна використовувати в якості прикраси, додавати їх до тіста, крему або посипати морозиво. Чи можна замінити ними покупні крапельки? У деяких рецептах так. Однак магазинні дропси все ж мають свої переваги, адже надати шоколаду термостабільних властивостей на домашній кухні неможливо.

Тепер ви знаєте як приготувати шоколадні краплі для печива і начинок легко і без зусиль. Зберігайте готові крапельки в щільно закритому харчовому контейнері і не залишайте на столі під променями сонця, інакше вони швидко розтануть.

#### 4. Фігури з шоколаду для прикраси тортів і тістечок

Шоколат'є, майстри своєї справи, перетворили роботу з шоколадом в справжнє мистецтво і творять шедеври, яким місце в музеях. Деякі шоколадні скульптури навіть увійшли в книгу рекордів Гіннеса. Наприклад, відомий італійський шоколат'є Мірко Дела Векк'я створює шоколадні варіації відомих шедеврів архітектури (Тріумфальна Арка, Колізей, Парфенон), а його шоколадна Колонья Сан-Марко отримала статус найвищої фігури з шоколаду в світі.

Але й рядовому кондитерові під силу зробити незвичайні шоколадні вироби. Хай не такі шедевральні, але все ж вони відмінно підійдуть для прикрашання торта або тістечок.

Популярні фігурки з шоколаду

Для роботи з таким делікатним продуктом знадобляться спеціальні форми для шоколаду, а також ацетатна стрічка і вирубки. За допомогою цих інструментів можна зробити різні шоколадні елементи і фігурки:

- сфери і півсфери, куби;
- пелюстки, листочки і квіти;
- мереживо, гнізда;
- метеликів, пташок, тварин;
- цифри, букви;
- спіралі, решітки, сердечка;
- і т.д.

Комбінуйте світлий і темний шоколад, використовуйте кандурин і жиророзчинні барвники щоб отримати неймовірні фігури з шоколаду.

### Як зробити шоколадні вироби в домашніх умовах

Перш, ніж приступати до готування, потрібно знати як правильно розтопити кондитерський шоколад, адже найменша помилка — і ви безповоротно його зіпсуєте.

### Розтоплюємо шоколад

Найкраще топити шоколад за допомогою парової лазні. Приготуйте дві миски — побільше і трохи менше. У велику наберіть води стільки, щоб дно поставленої зверху меншої миски її не торкалося. Шоколадні краплі пересипте в меншу миску. Якщо використовуєте шоколад в плитках — розламайте його на шматочки поменше. Всю конструкцію слід поставити на середній вогонь. Спостерігайте за плавленням шоколадних шматочків і зніміть верхню миску як тільки більшість з них розплавиться. Ще можна топити шоколад в мікрохвильовій печі короткими імпульсами: 10 секунд в мікрохвильовій печі, дістати, перемішати, і знову на 10 секунд в мікрохвильовку, поки шматочки не розплавляться. Таким чином, ви зможете контролювати весь процес і не перегрієте шоколадну масу.

### Темперуємо шоколад

Щоб ваші фігурки красиво блищали і повільно танули шоколад слід темперувати. Для цього вам знадобиться кондитерський термометр. Розтопіть шоколадні краплі до температури 45-50 градусів, потім дочекайтеся, поки маса охолоне до 26-27 градусів, постійно помішуючи. Шоколатьє виливають її на мармурову плиту і охолоджують, перемішуючи за допомогою спатули. Далі шоколадну масу потрібно підігріти до робочої температури в 31-31 градуси.

## Готуємо фігурки

Для простих двовимірних фігурок або мережива для прикрашання торта використовуйте ацетатну плівку. З її допомогою можна приготувати красиві завитки або вигнуті листочки, просто зігніть ацетатну плівку з нанесеним шоколадним візерунком і зафіксуйте в потрібному положенні до застигання маси. Для об'ємних фігурок форми для шоколаду потрібно попередньо змастити олією без запаху. Потім за допомогою пензлика рівномірно розподіліть масу по стінках форми. Ви також можете налити її всередину форми, а потім перевернути і дати зайвому шоколаду стекти. Після чого залиште форму до застигання. Повторіть процедуру кілька разів, якщо хочете, щоб шар шоколаду був товстіший. Готові половинки фігурки скріпіть між собою: для цього скористайтесь теплою тарілкою, за допомогою якої можна розтопити краї половинок, а після з'єднати їх. Таким чином можна зробити як простий будинок з шоколаду, так і об'ємну сферу, а також різних звіряток або персонажів мультфільмів.

## Глазур з кондитерського шоколаду для покриття десертів

Справжня якісна глазур з кондитерського шоколаду підходить не тільки для створення фігурок, але і для покриття тортів. Саме з її допомогою створюються ті чудові стікаючі краплі на тортах, які ви часто бачите в Інтернеті.

## **ТЕМА 13. ЕКСКЛЮЗИВНІ ДЕСЕРТИ**

### **ПЛАН**

- 1.Асортимент і технологія солодких страв**
- 2.Свіжі та швидкозаморожені плоди і ягоди**
- 3.Желеподібні солодкі страви**
- 4.Желе, муси, самбуки, креми**

### **Список використаних джерел**

1. Гніцевич В. А. Дослідження показників якості десертів / В. А. Гніцевич, Н. В. Кравченко // Обладнання та технології харчових виробництв. - 2016. - Вип. 33. - С. 87-95.
2. Кравчук Н. М. Вдосконалення технології десертів / Н. М. Кравчук, В. В. Польовик, Д. О. Клец // Молодий вчений. - 2018Гніцевич В. А. Дослідження показників якості десертів / В. А. Гніцевич, Н. В. Кравченко // Обладнання та технології харчових виробництв. - 2016. - Вип. 33. - С. 87-95.. - № 11(2). - С. 1030-1033.
3. Медведєва А. О. Технологія заморожених десертів з використанням кріотехнологій / А. О. Медведєва, І. Ю. Антонюк // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. - 2019. - Вип. 207. - С. 200-206.
4. Сабадош Г. О. Закономірності структуроутворення в технології десертів / Г. О. Сабадош, П. П. Гаврилко // Вісник Національного технічного університету "ХПІ". Серія : Інноваційні дослідження у наукових роботах студентів. - 2019. - № 15. - С. 31-35
5. Соломон А. М. Обґрунтування складу і розроблення технологій десертних ферментованих продуктів функціонального призначення з використанням рослинних наповнювачів / А. М. Соломон, Т. В. Семко, Г. М. Ножечкіна-Єрошенко // Харчова промисловість. - 2020. - № 27. - С. 69-79.

### **1.Асортимент і технологія солодких страв**

Десертна кулінарія – це мистецтво спокушання. Колись подавання десерту мало більше спільного з архітектурою, ніж з кулінарією. Зараз спостерігається тенденція до відносної простоти. І все-таки сучасні кухарі люблять готувати показові страви, демонструючи красу десертних матеріалів. Оскільки вони різноманітні й дуже ефектні, подібні декоративні шедеври дотепер проявляють найвищий ступінь досконалості в десертній кулінарії.

Усі десертні страви класифікують на дві нерівні групи: велику – холодні і малу – гарячі солодкі страви. Холодні солодкі страви, у свою чергу, поділяють на

свіжі й швидкозаморожені плоди і ягоди, компоти, желеподібні і заморожені страви.

Основною сировиною для виробництва солодких страв, крім цукру, є плоди, ягоди, сухофрукти, молоко, сметана, вершки, яйця тощо. Успішно використовують також різноманітні продукти переробки плодів, ягід, овочів: пюре, пасти, сухі порошки, що дозволяє значно знизити трудомісткість і скоротити час приготування страв

Ніколи не можна розглядати десерт поза контекстом усього обіду, після якого він повинен подаватися. Так, найбільш ситним десертом вважається пудинг. Він завершує простий обід, що складається з тарілки м'ясного супу і другої гарячої страви. Багата й ситна трапеза потребує легкого й простого десерту, такого як нежирне морозиво. І навпаки, меню може бути складене, починаючи від простих страв, з наростанням складності до щедрого, але не важкого фіналу.

При складанні меню варто уникати повторення страв або приправ з однаковим смаком чи фактурою. Якщо в основній страві є фруктовий інгредієнт (наприклад, качки з апельсинами), не треба включати цей фрукт у десерт, так само, як не можна протягом обіду подавати більше одного густого яєчного соусу. Майже однаково важливий і колір: якщо за декількома стравами білого або кремового відтінку подають такий же десерт, це буде нецікаво незалежно від того, наскільки вдало вийшла кожна страва окремо.

Вино може бути як доповнення до десертів, так і бути одним з інгредієнтів. Найпростіший спосіб використання вина як частини десерту – залити ним свіжі фрукти або ягоди. Наприклад, полуницю заливають червоним вином (із цукром і без нього) або шампанським. У деяких десертах (фруктовий лід) також використовують червоне вино і шампанське. Залежно від нагрівання й тривалості приготування страви вино може змінитися до невпізнанності. Наприклад, кип'ятіння грушевого сиропу із червоним вином "пригнічує" смак гарного вина. Для цього ліпше брати просте червоне вино насиченого кольору. Полуниця в шампанському, навпаки, потребує першокласного шампанського і якісних ягід, тому що теплова обробка в цьому випадку не дозволяється.

Завдяки тепловій обробці алкогольні напої, що використовують для приготування ресторанних десертів, не є джерелом "градусів", а лише поліпшують їхній смаковий та ароматичний букет. У приготуванні десертів використовують не лише вина. Наприклад, під час приготування фруктових желе разом з білим, червоним вином і портвейном можна використовувати сидр, м'ятний лікер тощо.

Незважаючи на французьку традицію подавати шампанське з десертами, поєднання сухого вина й солодкого десерту все-таки є не зовсім вдалим. Щоб

смаки підходили один одному, вино має бути солодшим за десерт. Якщо десерт солодший, навіть вишукане вино здаватиметься слабким і кислим. Доцільніше брати вино холодніше, ніж десерт (наприклад, десерт із льоду, залитий шампанським). Вважається, що смак шоколаду пригнічує смак вина, а кислі фрукти потрібно вводити до складу десерту вкрай обережно.

## 2. Свіжі та швидкозаморожені плоди і ягоди

Плоди і ягоди сортують, розподіляючи за якістю й величиною, видаляють бур'янисті домішки і плодоніжки, ретельно промивають у проточній холодній питній воді. Цитрусові плоди, ананаси обчищають від шкірки й нарізають. Нарізають також кавуни й дині, видаливши в них насіння. В абрикосів, персиків, слив, якщо їх не подають цілими, видаляють кісточку.

Горіхи (фундук, волоські, мигдаль, арахіс), що використовують для оформлення страв, якщо вони надійшли в шкаралупі, обчищають від неї, ядра підсушують, видаляють шкірку, обсмажують і подрібнюють.

Якщо плоди і ягоди подають натуральними, то у вази або десертні тарілки викладають зерняткові (яблука, груші) і кісточкові (абрикоси, персики та ін.) плоди цілими екземплярами, виноград – гронами, кавун і диню – нарізаними скибами, у дині видаляють насіння. Ягоди розкладають у креманки або вазочки.

Із цукром-піском або рафінадною пудрою подають ягоди (садову суницю, малину, чорницю, журавлину), цитрусові плоди, ананаси, банани. В ананаса зрізують верхню й нижню частини плода, надрізають уздовж осі росту шкірку, обережно зрізають її, видаляють серцевину і нарізають м'якоть кружальцями або скибочками завтовшки 4...5 мм.

Обчищені від шкірки банани нарізають кружечками завтовшки 5...6 мм. Цитрусові плоди після обчищення розбирають на часточки або нарізають кружечками. Цукор (рафінадну пудру) подають у розетці або посипають ним плоди і ягоди перед подаванням.

Чорницю й суницю подають не тільки із цукром, але й з рідким медом, поливаючи ним ягоду і витримуючи в холодильнику 2...3 год. Чорницю з медом посипають перед подаванням подрібненими горіхами, а суницю оформляють збитими вершками.

До садової суниці, малини або бананів із цукром подають холодне кип'ячене молоко або вершки, а до ягід – сметану.

**Фруктові салати.** Найпростіший освіжуючий десерт. Подавати їх можна не тільки у вазах і стравах, але й у кошичках з апельсинових шкірок, дині, ананаса, кавуна.

Вибір фруктів для салату залежить і від особистих уподобань кухаря. Однак для ліпшого збереження смаку в одну страву не рекомендують включати більше 4–5 видів фруктів (наприклад, у кошичку з дині можна подати ківі, папайю, манго і маракуйю, а в кошичку з кавуна – апельсинові дольки, вишню, чорний виноград, м'якоть кавуна). Нарізати фрукти заздалегідь не рекомендується.

Нарізані фрукти можна збризкати соком лимона, додати щіпку солі для прояву їхнього натурального смаку. Можна посипати фрукти цукром, цукровою пудрою, збризнути вином, ромом, бренді або фруктовим лікером. Лікер "Гран Марньє" більш прийнятний до цитрусових салатів, грушевий – до груш, а кірш – практично до будь-яких фруктів. Деякі салати заправляють фруктовим сиропом, медом або поливають кленовим сиропом. Перед подаванням на стіл рекомендується дати салату настоятися. В нього можна покласти шматочки наколотого льоду, заморожені кульки або кнелі із суміші йогурту та жирних вершків.

Для ароматизації фруктових салатів часто використовують прянощі. Кардамон додають у сироп або посипають ним фрукти. Ваніль добре підходить до ягід і бананів. Паличка кориці, гвоздика можуть бути використані для ароматизації салату із цитрусових, абрикос, полуниць. Суміш із м'яти, лаврового листа, лимонної вербени або лаванди додасть аромату сиропу для заправки салатів. М'ята або лимонна вербена добре поєднується із салатом з винограду, грейпфруту, ківі й дині. Аромат лаврового листа доповнить смак персиків, нектаринів, груш. Лаванда підсилює смак винограду, груш, ананасів, дині або фруктів з характерним ароматом. Прикрасити салат можна гілочкою базиліку.

Зі збитими вершками подають суницю, малину, абрикоси, чорнослив тощо. Половинки абрикосів (без кісточок), покладених у креманки, гарнірують збитими із цукром вершками і посипають подрібненими смаженими горіхами або натертим шоколадом.

Чорнослив заливають окропом і залишають для набрякання, після чого видаляють кісточки. Перед подаванням на чорнослив випускають із кондитерського мішка збиті вершки або сметану.

До суниці й малини збиті із цукром вершки подають у розетці.

Заварним і ванільним кремом оформляють абрикоси й полуницю. Заздалегідь полуницю засипають рафінадною пудрою, а абрикоси заливають фруктовим сиропом і дають настоятися 2...3 год. Крем випускають із кондитерського мішка "гіркою" у креманку, на нього викладають ягоди і поливають соком, що утворився при настоюванні. Так само оформляють абрикоси або викладають у креманку частину абрикосів, гарнірують їх кремом, прикрашають плодами, що залишилися, і поливають сиропом.

Яблука, груші, сливи, кавуни, дині можна подати, поливши солодкими соусами (суничним, малиновим, вишневим). Попередньо плоди нарізають кубиками або скибочками, посипають рафінадною пудрою й витримують 1...2 год у холодильній шафі.

Плоди і ягоди, заморожені без цукру, розморожують неповністю. Через 10...15 хв від початку відтавання їх промивають, розкладають у креманки, заливають теплим цукровим сиропом і дають настоятися півгодини.

Банки з ягодами, замороженими із цукром, ставлять для розморожування на 10... 15 хв у теплу воду. Потім витирають, відкривають, сироп від ягід змішують із кип'яченою водою, додають вино й заливають ягоди, розкладені в креманки.

Компоти готують із одного виду або суміші свіжих, а також консервованих різними способами (сушінням, стерилізацією, заморожуванням) плодів і ягід, свіжих баштанних культур і цитрусових. Рідше готують компоти з коренеплодів (моркви, буряка), ревеню.

Технологічна схема приготування компотів включає підготовку плодово-ягідної сировини, варіння цукрового сиропу, теплову обробку свіжих і сушених плодів, охолодження.

Зерняткові плоди (яблука, груші, айву) нарізають часточками, видаливши попередньо насіннєві гнізда. Щоб нарізані плоди не потемніли, їх зберігають у воді, підкисленій лимонною кислотою. Кісточкові плоди (персики, абрикоси, великі сливи) розрізають навпіл і видаляють кісточки. Дині, кавуни очищають від шкірочки, видаляють насіння й нарізають кубиками. Цитрусові очищають від шкірки, нарізають кружальцями або розбирають на часточки. У ягід видаляють плодоніжки й чашолистки. Черешки ревеню миють, очищають і нарізають шматочками завдовжки 10...20 мм.

Для приготування сиропу цукор розчиняють у гарячій воді і проварюють близько 10 хв, знімаючи з поверхні піну, що утвориться. Після закінчення варіння сироп проціджують.



При варінні компоту із плодів з низькою кислотністю в сиропі одночасно із цукром розчиняють лимонну кислоту. У сиропі для компоту із цитрусових проварюють цедру (зовнішню забарвлену тонку шкірочку плодів, очищену від білого пухкого шару), нарізану тоненькою соломкою.

Підготовлені айву, груші, яблука південних сортів заливають гарячим сиропом і проварюють у ньому 6...8 хв. Яблука північних сортів, які розварюються дуже швидко, і спілі груші занурюють у киплячий сироп, припиняють нагрівання і прохолоджують у сиропі. Персики, абрикоси, сливи, вишню, черешню, агрус і чорну смородину кладуть у гарячий сироп, доводять до кипіння і охолоджують.

Підготовлені садову суницю, малину, ананаси, апельсини, мандарини, кавун і диню розкладають у креманки або вазочки, заливають теплим сиропом і дають настоятися.

На 1 кг компоту витрата свіжих плодів і ягід становить 200...350 г нетто, цукру – 80...150 г.

Для компоту з ревеню варять цукровий сироп, ароматизований корицею і лимонною або апельсиновою цедрою. У киплячий сироп закладають нарізаний ревінь, знову доводять до кипіння і охолоджують.

Компоти варять із суміші сушених фруктів і ягід і рідше з одного їхнього виду. Тривалість варіння сухофруктів неоднакова: груш – 1...2 год, яблук – 20...30 хв, чорносливу, урюку, кураги – 10...20, родзинки – 5...10 хв, тому сухофрукти, перебрані й промиті двічі-тричі в теплій воді, сортують за видами. Спочатку варять груші, потім додають до них яблука, всипають цукор, уводять лимонну кислоту і продовжують варіння, дотримуючись черговості закладання інших компонентів. Зварений компот рекомендують залишити на 10...12 год для настоювання. За цей час у відвар додатково переходять розчинні речовини плодів і ягід, що значно поліпшить смак компоту. Подають компоти охолодженими до 12...15 °С по 150...200 г на порцію.

За технологією приготування і використаних продуктів до компотів можна зарахувати яблука (груші) у сиропі. Із плодів колоновидною

виїмкою видаляють насіннєве гніздо, очищають їх від шкірки і варять

6...8 хв у підкисленій воді. Вийнявши плоди, відваром заливають зняту з них шкірку, додають цукор і продовжують варіння ще 7...10 хв. Готовий сироп проціджують, охолоджують, додають виноградне вино і заливають плоди, розкладені в креманки.

### 3. Желеподібні солодкі страви

До групи желеподібних солодких страв належать киселі, желе, муси, самбуки й креми. За желейні речовини у підприємствах ресторанного господарства правлять крохмаль картопляний, кукурудзяний і модифікований, желатин.

#### Киселі

Киселі варять зі свіжих плодів, ягід і овочів, а також продуктів їхньої переробки: фруктових пюре, паст, соків, сиропів екстрактів, повидла, варення, овочевих і фруктових порошків промислового виробництва. Крім цього, киселі готують із молока, відварів кави, какао тощо.

Желейною речовиною для всіх видів киселів, крім молочного, є картопляний крохмаль, для молочного киселю – кукурудзяний. Клейстер картопляного крохмалю прозорий, злегка опалесцентний, безбарвний – не маскує кольору плодового або ягідного відвару, не робить його змутнілим. Клейстери зернових крохмалів, у тому числі й кукурудзяного, непрозорі, молочно-білуваті. Киселі, приготовлені з картопляним крохмалем, пружно-драглисті, з кукурудзяним – пластичні.

За консистенцією киселі класифікують на рідкі, середньої густини й густі. Концентрація крохмалю в них становить відповідно 3...4%, 4,5...5% і 7,5...8%.

Технологічна схема приготування ягідних киселів включає віджимання соку, відварювання мезги, приготування сиропу на відварі, заварювання крохмалю, введення соку й охолодження киселю.

Віджятий ягідний сік з метою уникнення руйнації вітамінів зберігають до використання в закритому посуді в холодильній шафі.

Мезгу проварюють 10...15 хв у п'яти-шестиразовій кількості води і проціджують. Частину відвару прохолоджують і використовують для розведення крохмалю. До решти відвару додають цукор, доводять до кипіння й уводять розмішуючи крохмаль, розведений п'ятикратною кількістю охолодженого відвару і проціджений. Кисіль доводять до кипіння, вливають у нього ягідний сік, розливають у склянки або вазочки й охолоджують. Щоб на поверхні киселю не утворювалася плівка, його посипають цукром (5...8% норми). Густі киселі розливають у листи або форми, змочені водою й посипані цукром, і охолоджують.

Довго кип'ятити і охолоджувати кисіль в об'ємній посуді не можна. Тривале в цих умовах набубнявіння зерен картопляного крохмалю на певному етапі призводить до руйнування їхньої структури і розпадання зерен на окремі фрагменти. Введення в кисіль холодного соку і розливання його в порціонний посуд сприяють швидкому охолодженню та перешкоджають деструктивним змінам крохмалю.

Зерняткові й кісточкові плоди для приготування киселів варять (яблука можна запікати), відвар зливають, а плоди протирають. У відвар додають цукор, розводять відваром отримане пюре, нагрівають до кипіння, додають підготовлений крохмаль і знову доводять до кипіння.

Фруктові пюре й пасти промислового виробництва розводять за нормою води, а фруктові й овочеві порошки заливають восьмикратною кількістю води, залишають на 20 хв набухати, після чого додатково розводять водою.

У розведене водою пюре додають цукор, лимонну кислоту і, довівши до кипіння, уводять підготовлений крохмаль.

Зерна кукурудзяного крохмалю порівняно із зернами картопляного мають вищий ступінь кристалізації. Клейстеризуються вони при більш високій температурі, набухаючи при цьому обмежено. Тому загустіння молочного киселю після всипання в кипляче молоко кукурудзяного крохмалю відбувається через 8... 10 хв проварювання.

Рідкі киселі подають як соуси до солодких і круп'яних страв, середньої густини й густі – як самостійні солодкі страви по 150...200 г на порцію охолодженими до 12...14 °С. Густі киселі перед подаванням поливають плодово-ягідними сиропами, прикрашають варенням, збитими вершками або подають до них молоко, вершки.

#### 4. Желе, муси, самбуки, креми

У ці солодкі страви вводять таку желейну речовину (драглеутворювача), як желатин. У мусах, приготовлених на манній крупі, желейною речовиною є пшеничний крохмаль.

Підготовка желатину зводиться до його замочування у воді на 1...1,5 год. Маса желатину при набуханні збільшується у 6...8 разів. Набухлий желатин повністю розчиняється в гарячій воді.

Розчини желатину концентрацією 1% і вище при охолодженні перетворюються на желе. Проте 1%-ні драглисті маси дуже рухливі і легко плавляться. Щоб при достатній міцності холодильник добре утримав форму і мав ніжну консистенцію, концентрація желатину в ньому має бути 2,7...3%. Тривале кип'ятіння розчинів желатину, нагрівання в кислому середовищі знижують здатність желатину до застигання і зменшують міцність драглистих страв.

При 40 °С і вище розчини желатину мають молекулярний ступінь дисперсності. Утворений холодець рекомендують витримувати 30...60 хв при температурі застигання, після чого поставити охолоджуватись в холодильну шафу.

*Желе* (желатиновий холодець) готують зі свіжих та консервованих плодів і ягід, цитрусових, соків, сиропів, екстрактів, молока і молочнокислих продуктів.

З ягід готують відвар, як для киселю, у відварі розчиняють цукор і набухлий желатин, нагрівають желейний сироп до кипіння. У прозорий сироп додають віджатий ягідний сік і розливають у форми або листи.

Якщо желейний сироп вийшов змутнілим, його прояснюють яєчним білком, розведеним однаковою кількістю холодної води: вливають у гарячий сироп, проварюють при слабкому кипінні 8...10 хв і проціджують.

Желейні сиропи перед охолодженням ароматизують лимонною цедрою, виноградним вином, ваніллю тощо.

Желе готують із консервованими і свіжими ягодами та фруктами. Для цього плоди і ягоди (вишню, виноград, кавун, диню) розкладають у формочки або вазочки, заливають желейним сиропом і охолоджують.

Можна одержати багат шарові желе, використовуючи сиропи різних відтінків (ягідний, цитрусовий, молочний) і нашаровуючи їх один на один після попереднього застигання кожного шару.

розчини желатину, охолоджені до температури, близької до температури застигання, при збиванні утворюють стійку піну.

*Муси* – це збите желе. Для їхнього приготування використовують ягоди, плоди й овочі (яблука, груші, абрикоси, хурму, ревінь, моркву, буряк) і продукти їх переробки.

Желейний сироп з ягід готують так само, як для желе. Плоди й овочі відварюють, протирають, розводять відваром, додають цукор, набухлий желатин,

лимонну кислоту й доводять до кипіння. Отримані желейні сиропи охолоджують до 35...40 °С і збивають до утворення густої, однорідної, піноподібної маси. При збиванні слідкують за тим, щоб піна не застигла до того, як маса буде добре збита. Піна не повинна втрачати рухливості, інакше її важко буде розливати у форми. Температура маси поступово знижується й до кінця збивання становить приблизно 30 °С. Оптимальна інтенсивність збивання спостерігається при обертанні робочого органа збивальної машини зі швидкістю 400...500 об/хв. Первинний об'єм желейного сиропу збільшується удвічі-утричі. Щільність піни в міру збивання зменшується. При трикратному збільшенні об'єму маси вона на 32% нижча, ніж при дворазовому (0,42 г/см<sup>3</sup> і 0,62 г/см<sup>3</sup> відповідно). Розміри повітряних бульбашок у піні до кінця збивання коливаються в широких межах – 0,03...0,3 мм. Високі органолептичні показники відзначаються у мусів з дрібнодисперсною структурою.

биту масу розливають у порціонні металеві формочки, вазочки з скла або листи і охолоджують до 6...8 °С.

Для приготування *мусу на манній крупі* її проварюють 15...20 хв у плодovому або ягідному відварі з додаванням цукру. Для варіння можна використовувати консервоване плодове пюре, яке перед введенням крупи розводять водою і нагрівають до кипіння. Проварену суміш охолоджують до температури не нижче 40 °С (маса з температурою нижче 40 °С неналежно збивається, мус виходить щільним), збивають, розливають у форми і прохолоджують.

Для приготування *самбуків* плоди запікають (яблука, сливи) або варять (абрикosi, курагу) і протирають. В отримане пюре додають цукор, яєчний білок і збивають суміш. Замочений і набухлий желатин нагрівають на водяній бані до цілковитого його розчинення, проціджують, тоненькою цівкою при розмішуванні додають у збиту масу, швидко розкладають її у форми і прохолоджують.

Приготування самбуку значно спрощується з використанням плодovих пюре і паст, що випускаються харчовою промисловістю, оскільки нема необхідності одержувати пюре.

Піноподібна структура самбуку, обумовлена збитими яєчними білками, має додаткову стійкість при застиганні розчину желатину, концентрація якого в самбуку вдвічі менша, ніж у желе й мусі (відповідно 1,5% і 2,7%). Желе, муси і самбуки подають із солодкими соусами, плодovими або ягідними сиропами, збитими вершками.

*Желейні креми* готують із вершків 35%-ї жирності або сметани 36%-ї жирності. Вершки і сметану збивають, одержуючи піну.

Одна з основних властивостей утвореної при збиванні піни – більша або менша стійкість її до витікання рідини, зміни дисперсного складу, зменшення загального об'єму піни. Стійкість піни залежить від декількох факторів, у тому числі і від вмісту жиру у вершках, розмірів часток жирової фази, температури вершків, швидкості та тривалості збивання.

Відносно стійку піну можна одержати з вершків з умістом жиру не менше 35% при температурі 4...7 °С. Так, при підвищенні температури вершків, що збиваються, з 5...7 до 18...19 °С щільність піни зменшується удвічі.

Тривалість збивання вершків при швидкості обертання віночка 400...500 хв-1 сягає 5...8 хв. За цей час об'єм вершків збільшується в 2...2.5 рази. По досягненні максимального об'єму збивання продовжують ще 2...3 хв, протягом яких підвищується дисперсність піни і відповідно її структурна міцність. Добре збита піна тримається на віночку, не сповзаючи з нього.

Для приготування крему охолоджені вершки збивають у пухку піну, додають у них цукрову пудру, розтерту з ароматизованими добавками (ваніліном, какао-порошком) або ягідним пюре, вливають цівкою, розмішуючи охолоджений розчин желатину і швидко розливають крем у формочки.

Частина вершків можна замінити яєчно-молочною сумішшю. У цьому випадку яйця, розтерті із цукром і розведені гарячим кип'яченим молоком, нагрівають до 70...80 °С. У яєчно-молочну суміш додають розчин желатину, попередньо доведений до кипіння, ароматичні добавки і охолоджують до кімнатної температури. Охолоджену яєчно-молочну суміш вливають при розмішуванні у збиті вершки.

Смаковими і ароматизуючими добавками для приготування кремів, крім ваніліну й порошку какао, є міцний настій кави (у ньому розчиняють желатин), горіхи, ягідне пюре, лимонну цедру, варення та ін.

Подають креми, поливаючи сиропами (шоколадним, кавовим) або солодкими соусами (вишневим, малиновим).

## ТЕМА 14. ХАРЧУВАННЯ ТА РЕЛІГІЯ

### Список рекомендованих джерел:

1. Гапріндашвілі Н. А. Організація харчування в ресторанах стейк-хаус / Н. А. Гапріндашвілі, Д. Я. Топорков // Праці Таврійського державного агротехнологічного університету. Технічні науки. - 2021. - Вип. 21, т. 1. - С. 254-260.
2. Коноваленко А. С. Індикатори управління безпекою харчування дітей / А. С. Коноваленко // Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія : Економіка. - 2021. - № 20. - С. 59-68.
3. Прядко О. А. Аналіз раціону шкільного харчування / О. А. Прядко, Бутенко Бутенко, В. А., В. В. Ткачук // Товарознавчий вісник. - 2021. - Вип. 14. - С. 58-64.
4. Сапак Н. В. Особливості створення фірмового стилю для виробників продуктів харчування / Н. В. Сапак, В. С. Козьмин // Молодий вчений. - 2019. - № 1(1). - С. 27-30.
5. Ярославська Л. П. Проблеми здорового харчування молоді / Л. П. Ярославська, В. В. Загородній // Інновації та технології в сфері послуг та харчування. - 2020. - № 1. - С. 73-81.

### 1. Харчові настанови різних релігій

Різні релігійні конфесії і течії мають власні правила харчування, що включають обмеження на вживання тих чи інших харчових продуктів і напоїв.

У християнстві вживання жертв категорично забороняється, а порушення цієї заборони тягне за собою суворі канонічні покарання. Наприклад, правила Помісного Анкірського Собору (4-9) накладають на християн, які вживали в їжу ідоложертвне, покарання у формі відлучення від церковного спілкування строком від одного року до семи років, залежно від тяжкості їх провини і багатократності злочину.

Під час поста (т. зв. Тілесного посту), залежно від його ступеня суворості, забороняється вживання: м'яса і молочних продуктів, риби, яєць.

В Корані є явна заборона на свинину, кров, м'ясо тварин, які померли своєю смертю (м'ясо тварин, які були забиті не з ім'ям Бога).

В ісламі халяльні птиці повинні бути покриті пір'ями і не повинні бути хижими (це впливає з заборони до вживання не водних хижаків). Забороняється вживати в їжу м'ясо, відрізане від живої тварини.

У [шиїтів](#) заборони такі ж, як і в юдаїзмі, за винятком того, що шийтам дозволяється вживати в їжу [креветки](#). Будь-яка риба без [луски](#) шийтам заборонена до вживання.

На думку Ісламської Ради Юриспруденції, продукти, отримані з [ГМ](#) — насіння, халяльні.

Вину присвячена [антологія](#) «Категорії порівнянь про зорі радості» [багдадського халіфа](#) й видатного арабського [поета](#) IX-X століть [Ібн аль-Мутаззіма](#) <sup>[1]</sup>

В юдаїзмі придатність тієї або іншої їжі до прийому (*кошерність*) визначається системою ритуальних правил, що визначають відповідність чогось вимогам [Галахи](#), єврейського Закону. В основі законів кашрута лежать заповіді [Тори](#), а також додаткові правила, встановлені єврейськими релігійними авторитетами. Заборонено вживання в їжу: [верблюжого м'яса](#), [слонину](#), практично всі [морепродукти](#) крім риби (наприклад, заборонено вживання молюсків, ракоподібних, так як вони живуть у воді, але не мають одночасно плавників і луски).

Закони юдаїзму забороняють вживати в їжу м'ясо, відрізане від живої тварини. Ця заборона стосується лише наземних тварин і птахів, а рибу (яку не потрібно забивати, дотримуючись обряду) в принципі можна їсти живою.

[Мед](#) є кошерною їжею, хоча [бджоли](#) такими не є (це яскравий приклад того, що продукт нечистої тварини визнається чистим і придатним до вживання; в Талмуді пояснення цьому таке: створюють мед квіти, а бджоли є лише сховищем для нього).

Відповідно до висновку Юдаїстського Ортодоксального Союзу, [генетичні модифікації](#) не впливають на кошерність продукту.

Абсолютна більшість [індуїстів](#) — м'ясоїдів утримуються від вживання в їжу [яловичини](#) і використовували і використовують [корову](#) як джерело білка лише у формі молока і молочних продуктів, а також як постачальника добрив і палива, у формі коров'ячого гною (корова завжди уособлювала в індійському суспільстві фігуру матері, і вона є [священною твариною](#)).

З поваги до інших живих істот, багато індуїстів дотримуються вегетаріанської дієти (загальна кількість лактовегетаріанців в Індії за різними підрахунками становить від 20% до 42% від числа всіх жителів). [Вегетаріанство](#) є одним з важливих аспектів індуїзму — воно розглядається як один із засобів досягнення саттвичного (чистого, милостивого) способу життя. Результати досліджень також показують, що більшість тих індійців, які не є вегетаріанцями, вживають невегетаріанську їжу вкрай рідко, і лише менше 30% роблять це регулярно. Проходження вегетаріанства також сильно залежить від соціального стану та від регіонів проживання. Наприклад, серед індійців, які проживають на морському узбережжі, відсоток вегетаріанців набагато менший з причини великої залежності від морських продуктів.



Найбільш ортодоксальні індуїсти також не вживають в їжу [цибулю](#) та [часник](#), які розглядаються як продукти, що відносяться до нижчих якостей або [гунам](#) матеріальної природи — [раджасу](#) і [тамасу](#).

У 17-му розділі «[Бхагавад-Гіти](#)» говориться, що їжу можна поділити на три категорії, залежно від гун [природи](#):

17.8. Страви, які збільшують тривалість життя, силу, здоров'я, радість, задоволення, смачні, соковиті, поживні, приємні, - подобаються благості (людині саттви). »

17.9. Гіркі, кислі, солоні, перегріті, гострі, грубі, пекучі страви бажані невіглавству (людині раджаса), страждання, горе і недуги заподіюють. »

17.10. Зіпсована, несмачна, смердюча, вивітріла - навіть видходи і нечистоти - така їжа подобається кісному (людині тамаса).<sup>[2]</sup> »

У сучасному [Гаудія-вайшнавізму](#) їжу класифікують наступним чином:

- До гуни [благості](#) належать [молочні продукти](#), [злаки](#), цукор, овочі, фрукти та горіхи. Така їжа приносить всім щастя, радість і любов. Більш того вона не є продуктами насильства і жорстокості.

- До гуни [невігластва](#) відносяться м'ясо, риба і [яйця](#) — це їжа, що відноситься до нижчих гун матеріальної природи, так само як і часник, цибуля та гриби. [Крішна](#) говорить в «Бхагавад-гіти» (17.9-10), що така їжа «викликає страждання, нещастя і хвороби» і що вона «несмачна, розкладена й погано пахне»).

- Продуктами гуни [пристрасті](#) є [кава](#) і [чай](#).

Культура і традиції народу, важливим складником яких є харчування і національна кухня, тісно пов'язані з релігійними віруваннями. І. Мечніков у книжці "Етюди про природу людини" (1915) писав: «Відомий сильний вплив релігії на вибір і приготування їжі. Багато народів зберегли кулінарні звичаї, запропоновані правилами релігії».

Релігія, спрямовуючи життя віруючих, змінювала традиції харчування окремих народів. Це явище можна простежити на історії харчування східних слов'ян до Водохрещення Русі і після нього. Православні пости, наприклад, призвели до появи безлічі страв з рослинних продуктів і риби. Паралельно було витіснено конину.

Релігія визначала основні правила безпеки харчування. Деякі релігійні харчові розпорядження були спрямовані на профілактику і лікування захворювань.

Харчові розпорядження багатьох релігій включають:

розподіл продуктів на "чисті" і "нечисті";

•  
заборони на вживання окремих продуктів;

•  
правила [кулінарного оброблення їжі](#);

•  
правила ритуальної чистоти посуду;

•  
інші регламентації, пов'язані з харчуванням.

У православному християнстві відсутні абсолютні заборони на споживання певних продуктів і постійний розподіл їх на схвалювані або осуджувані в харчуванні. Харчові розпорядження пов'язані з постами і є тимчасовими, що принципово відрізняє християнство від інших релігій. Піст (очищення) має бути не так фізичним, як духовним. Церковний статут торкається їжі передусім тому, що вона великою мірою визначає духовний стан людини. Святий Іоанн Златоуст, візантійський церковний діяч, видатний богослов і речник (350-407) стверджував, що піст - це "віддалення від зла, [приборкання язика](#), вгамовування гніву, упокорювання хтивості, припинення клевети, брехні і клятвопорушень".

У підході християнської релігії до харчування простежується розумний принцип помірності з відмовою від крайнощів: обжерливості і "нехтування про насичення плоті". Святий Максим Заповідник наголошував: "Не їжа зло, а обжерливість". Це положення відповідає сучасним медичним поглядам на харчування і здоровий спосіб життя.

Православні пости за харчовими обмеженнями поділяють на п'ять основних категорій, що містять елементи раціонального харчування:

1.

Найсуворіший піст - заборонено будь-яку їжу, допускається лише вода. У дієтології це відповідає короткочасному голодуванню.

2.

Піст із "сухоїдінням" - дозволено неварену рослинну їжу, яка частково відповідає теорії сиріїдіння, оскільки в дні цього посту їдять хліб.

3.

Піст і з'їданням вареного" - дозволено [вживання рослинної їжі](#), яка піддається тепловому обробленню, але без рослинної олії. Цей тип харчування цілком відповідає суворому вегетаріанству.

4.

Піст із з'їданням вареного з єдієм" - дозволено застосування рослинної олії для приготування вегетаріанської їжі.

5.

Піст із з'їданням риби" - дозволено споживання поряд з рослинною їжею та

рослинною олією риби і рибних продуктів. Церковний статут визначає також дні разового приймання їжі. У піст не можна вживати м'ясо і м'ясопродукти, молоко і молочні продукти, тваринні жири, яйця, кондитерські вироби з додаванням олії та яєць.

У православному календарі близько 200 днів зайнято постами. Пом'якшення харчових розпоряджень посту допускається, якщо людина хвора, зайнята важкою фізичною працею. Особливо це стосується суворого посту або тільки з невареною їжею. У дні великих церковних свят передбачається різноманітна висококалорійна їжа.

У найбільших протестантських релігіях - лютеранстві, англіканстві, кальвінізмі, методизмі [немає регламентації харчування](#), виділення заборонених і рекомендованих харчових продуктів і методів їхнього кулінарного оброблення. Тому під час релігійних свят, наприклад, на Різдво Христове, як ритуальні використовують національні страви відповідних країн.

Однак у деяких течіях протестантства харчові розпорядження посідають важливе місце. [Наприклад](#), у адвентистів сьомого дня розроблено спеціальні інструкції, які забороняють споживати свинину, каву, чай і алкогольні напої. Більшість адвентистів є лактовегетаріанцями, тобто споживають молочно-рослинну їжу.

Лікарі-дієтологи зазначають, що [в людей](#), які дотримуються харчових розпоряджень християнської релігії, рідше, ніж у інших груп населення, трапляється атеросклероз та ішемічна хвороба серця, деякі форми онко- та інших захворювань.

Таким чином, з одного боку, дотримання харчових розпоряджень посту зумовлює відхилення від збалансованого харчування, з іншого, для багатьох людей ці відхилення не лише не завдають шкоди здоров'ю, а й доцільні з урахуванням сучасних поглядів на значення періодичного порушення балансу харчування.

В юдаїзмі також існує багато харчових обрядів і розпоряджень, які відображаються на характері харчування віруючих.

Найбільше значення має розподіл усіх харчових продуктів на дозволені - кошерні і недозволені - трефні. Однак навіть кошерні продукти можуть стати трефними за певних відхилень від харчових розпоряджень. Наприклад, можна харчуватися м'ясом дозволених птахів і тварин, але забитих за правилами ритуального забою. Якщо цього не відбувається, їжа вважається трефною. Передбачено спеціальні правила і прийоми приготування кошерної їжі. У сучасних умовах, коли з'явилася величезна різноманітність нових харчових продуктів і нових технологій, складаються нові правила оцінки кошерності продукції. Правомірно дотримуючись юдейської релігії, можна їсти промислову харчову продукцію лише за наявності на упаковці напису "кошер". Це вказує на дотримання зазначених юдаїзмом правил її виготовлення.

До харчових заборон належить вживання м'яса тварин і птахів, які вмерли не під час забою; одночасне споживання м'ясної їжі і молока відповідно до заповіді Тори - "не вари козлика в молоці його матері". Після м'ясної їжі приймання молока дозволено лише через 6 год. Ця заборона близька до сучасної теорії роздільного харчування.

Деякі розпорядження спрямовані не тільки на раціональне, а й на безпечне харчування. Наприклад, не дозволяється їсти недоварене, недопечене м'ясо чи м'ясо, що зберігалось з вечора до ранку. Це було особливо актуальним у разі відсутності холодильника. Заборонялися вода і напої, які залишалися на нічне закритими кришками. Не дозволялося їсти червиві і гнилі плоди й овочі, оскільки вони вважалися тріфними.

В юдейській і мусульманській релігіях категорично заборонено споживати свинину. Існують гігієнічні версії такої заборони. Суть однієї з них: свиняче м'ясо становить небезпеку для здоров'я в умовах жаркого клімату країн Близького Сходу, оскільки швидко псується. Однак головним аргументом проти цієї версії є те, що за високої температури псується будь-яке м'ясо. Переконливішою є інша гігієнічна версія, відповідно до якої заборона на свинину пов'язана з профілактикою трихінельозу. На це захворювання люди хворіли тисячі років тому: личинок трихінел, збудників захворювання, було знайдено в мумії молодої людини, яка померла в Давньому Єгипті. Сучасники знали про цю небезпечну хворобу, пов'язану зі вживанням свинини.

В індуїзмі надзвичайним гріхом вважається вживання в їжу м'яса корови. Ця тварина є дуже шанованою в індуїстів, втіленням божества, її образ як матері-годувальниці бере початок з ведичних часів (близько 1500 років до н.е.), коли на території Індії з'явилися індо-іранські племена аріїв-пастухів. Найкращим дарунком індуїстським богам є вершкове масло.

Релігії по-різному ставляться до вживання алкоголю. Так, буддизм та іслам виступають з тією чи іншою мірою категоричності проти, юдаїзм і християнство виявляють толерантність до алкогольних напоїв у розумних межах. Це позначається на вживанні спиртного в різних народів.

Таким чином, багато релігійних розпоряджень виявляються пристосованими до особливостей і типів харчування тих чи інших народів. Особливої уваги заслуговує питання про медичне значення харчових розпоряджень різних релігій.