

Сьогодні GlobalGAP – це єдиний інтегрований стандарт з можливістю застосування його окремих модулів щодо різних груп товарів – від виробництва рослинної продукції до виробництва комбікормів.

Слід зазначити, що для переробних підприємств існує міжнародний стандарт, офіційно перекладений та виданий в Україні як державний стандарт, ДСТУ ISO 22000:2007 "Системи управління безпечністю харчових продуктів - Вимоги до будь-яких організацій харчового ланцюга", що значно полегшує вітчизняному виробнику роботу з ним. Він поєднує управління якістю із забезпеченням безпечністі харчових продуктів на основі принципів ХАССП, сформованих Комісією Codex Alimentarius .

ISO 22000:2005 установлює вимоги до системи управління безпечністю харчових продуктів, що поєднує такі загальновідомі ключові елементи:

- інтерактивне інформування;
- системне управління;
- програми-передумови;
- принципи ХАССП.

ВИСНОВКИ

Як висновок можна зазначити, що для покращення стану контролю та виробництва як свіжої, так і переробленої продукції рослинництва, потрібно забезпечити наступне:

1. Створити настанови з належних сільськогос-

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Перелік європейських стандартів // Електронний ресурс: Режим допуску: eSearch.cen.eu.
2. Перелік міжнародних стандартів // Електронний ресурс: Режим допуску: iso.org/iso/iso_catalogue.htm.
3. Каталог нормативних документів, 2010 [Текст]. – К.: ДП «УкрНДНЦ». – Т.1, Кн. 2 – 305., - Т.3. – 384 с.
4. Міждержавні стандарти: Показчик 2009 [Текст]. – К.: ДП «УкрНДНЦ». – Т.1, Кн. 2. – 305 с.
5. Продукція, яка виготовляється за технічними умовами України. В 7-ми томах [Текст]. – К.: Університет. Вид-во «Пульсари», 2009.
6. Стандарти системи качества в сельском хозяйстве // Електронний ресурс: Режим допуску: http://www.kpms.ru/Standart/ISO_Agricultural.htm.

УДК 641.52:642.5:339.92

ДЫШКАНТЮК О.В. канд. техн. наук, доцент, **ТИТОМИР Л.А.**, канд. техн. наук, ассистент
Одесская национальная академия пищевых технологий

ОСОБЕННОСТИ ТЕХНОЛОГИЙ ПРИГОТОВЛЕНИЯ БЛЮД РЕСТОРАННОГО ПИТАНИЯ ПРИ ОБСЛУЖИВАНИИ ИНОСТРАННЫХ ТУРИСТОВ

Туризм включает в себя не только изучение достопримечательностей стран, их культурного и исторического наследия, но и знакомство с национальной кухней, а также обеспечение условий комфортного пребывания в стране, что предполагает наличие полноценного питания.

Ключевые слова: технологии питания, ресторанные блюда, туризм.

Tourism includes in itself not only the study of sights of countries, their cultural and historical legacy, but also acquaintance with a national kitchen, and also providing of terms of comfort stay in a country, that supposes the presence of valuable feed.

Keywords: technologies of feed, restaurant feed courses, tourism.

Туризм и путешествия являются неотъемлемой частью индустрии гостеприимства. Путешествия - главная тема туризма. Различия во времени, расстояниях, местах проживания, целях и продолжительности пребывания – все это лишь отличительные элементы туризма. В целом, туризм является многоцелевым феноменом, который одновременно сочетает в себе элементы приключений, романтику дальних странствий, определенную тайну, посещение экзотических мест и, одновременно, земные заботы предпринимательства, вопросы здоровья, личной безопас-

подарських практик та розробити механізми їх впровадження у господарствах.

2. Впроваджувати вимоги добровільної сертифікації господарств, наприклад GLOBALGAP.

3. Створити навчальні програми для підготовки керівників та працівників господарств з питань систем управління безпечністю та якістю продукції переробки рослинництва.

4. Впроваджувати системи відстеження рослинної продукції та продуктів її переробки у харчовому ланцюгу.

5. Продовжувати з урахуванням пріоритетності гармонізацію міжнародних стандартів, особливо на методи контролю показників якості і безпеки.

6. Інтенсифікувати та розробити програми гармонізації стандартів Комісії Кодекс Аліментаріус для уніфікації вимог до харчових продуктів та, зокрема, продукції переробки рослинництва і методів контролю якості і безпеки цієї продукції, так як зазначені стандарти є глобальним орієнтиром для виробників та споживачів. В свою чергу, це сприятиме міжнародній торгівлі продуктами та сировиною.

7. Забезпечити більш жорсткий державний нагляд за реєстрацією ТУУ та відповідність їх чинним законодавчим нормам та стандартам.

Поступила 09.2011

активно розвиваючих туризм, занят в цьому секторі економіки. Індустрія туризму – трудомісний процес, тому в ньому заняті, в основному, не кваліфіковані працівники. Однак це не означає, що в сфері туризму не використовується висококваліфікований труд. В даній сфері нові робочі місця в географічному плані розповсюджуються ширше, ніж в інших розвиваючих секторах економіки.

Міжнародний туризм є активним джерелом надходжень іноземної валюти і надає вплив на платіжний баланс країни. Крім впливу на економіку багатьох країн міжнародний туризм впливає на їх соціальну і культурну середовище, екологію, що, в свою чергу, впливає на туристів [1].

Туризм передбачає не тільки вивчення достопримечательностей, країн, їх культурного і історичного насліддя, але і відвідування національних ресторанів, кафе, барів, дегустація вин, знайомство з традиційними для даної країни коктейлями [2]. Смаки і уподобання в їжі туристів з Японії, Східної і Центральної Азії, Європи сильно відрізняються, але при цьому прослідковується тенденція в уподобанні їжі низькокалорійної, багаті макро- і мікроелементами, білком, поліненасиченими жирними кислотами, а також маючої лікувально-профілактичну направленість. Одним з найбільш великих життєвих задоволень туристів з Японії, Таїланду і Китаю є раціон, що включає в себе страву з риби і морепродуктів всіх типів і способів приготування. Багаточисленні ресторани і кафе Японії славяться кулінарними делікатесами дарів моря [3,4]. За даними "Michelin Guide" 150 ресторанів в Токіо отримали в 2008 році найвищу оцінку в технології приготування різноманітних страв з включенням водорослей, ракообразних і риби. Це суши-ресторани і сімейні ресторани, а також чайні, що мають величезне меню закусок, холодних і гарячих страв, задовольняють потреби всіх членів сім'ї. До таких страв відносяться суши, сашімі, ролли і інші страви традиційної східної кухні, широко представлені в усіх країнах світу не тільки в ресторанному питанні, але і в закусочних, кафе і інших закладах громадського харчування.

Задачі сучасної технології продуктів громадського і ресторанного харчування обумовлені загальноприйнятими проблемами харчування людини, основною з яких є проблема збалансованого і адекватного харчування. Японська кухня є однією з найбільш здорових у світі: сирі морепродукти, тонізуючий зелений чай сприяють довголіттю. Сумарне число мінімальних балів у токійських ресторанів дорівнює 190, що на 93 одиниці більше, ніж у традиційно лідруючих ресторанів г. Парижа. Національна італійська кухня використовує червоні водорослі як складові частини їжі в раціоні вторих страв (соуси, приправи до салатів) і десертів (морожене, крем, карамель). В меню ресторанів Індії, США, Німеччини переважають страви з низькою калорійністю і холестериновою складовою – супи, салати, гарніри, мусси, паштети з бурих і червоних водорослей і морепродуктів (трепанги, моллюски, гребешки) [5-7].

В європейських країнах водорослевий компонент (червоні водорослі) вводять при виготовленні традиційних кондитерських виробів – пудингів, запеканок, кексів, рулетів, тортів.

В Україні салати і овочеві страви готують з різноманітних овочів, грибів, зелені, в деякі з них додають м'ясні і рибні продукти, птицю в вареному або жа-

реному, тушеному вигляді. Різноманітні страви доповнюються сиром, яйцями, орехами, іноді крупами, фруктами і овочами. Салати і овочеві закуски подають як самостійні страви, а також використовують як гарніри до м'ясних і рибних виробів. Найчастіше ці страви подаються порційно по 100 г, але можуть бути збільшені або зменшені за бажанням клієнта. Використання соусів до різних страв – одна з особливостей ресторанного харчування. Найбільш поширені білі соуси, в склад яких входять водорослеві компоненти. Їх подають до страв з відвареної риби будь-якого виду, як річкової, так і морської, різноманітні страви доповнюються спеціями, прянощами, приправами: укосу, солі. Такі страви як тефтели рибні, зрази, рулети, фарширована риба, риба запечена, рибна солонка користуються незмінним попитом у туристів з Європи.

В нашій країні в ресторанному харчуванні поруч з традиційним раціоном славянської кухні збільшується асортимент страв, в склад яких входять водорослі: салати, гарніри, соуси, десерти. Промислова виробництво водорослевої продукції в Україні представлено в вигляді сушеної або замороженої продукції, рідше – в консервованому вигляді, що передбачає розробку і адаптацію технологій приготування таких страв в певних ресторанах. Введення водорослевого компонента в кількість 30-60% в десертні страви дозволяє знизити їх калорійність від 2% до 10%. В зв'язі з тим, що при кулінарній обробці втрачається від 15 до 65% органічного йода, що міститься в водорослях, в громадському харчуванні використовують кондитерські вироби, збагачені цим мікроелементом. Прикладом можуть бути печиво з маковою начинкою і включенням ламинарії або зоостери (печиво "Морське", "Флінт"), карамель "Монпансьє", "Зелений горошок" і др. продукти [6].

Благодаря зміні раціонів харчування населення, в тому числі, ресторанного і громадського харчування на базах відпочинку, в кемпінгах і др. переглянуто ставлення до використання продуктів з водорослей в сторону розширення асортименту, як страв, так і використовуваних сировин. Салати на основі морської капусти і з введенням її в склад салатів, закусок і гарячих страв стають все більш популярними серед населення України і туристів з ближнього і дальнього зарубіжжя. При цьому вдосконалюються технології обробки сировини і введення водорослевих компонентів в склад продукції. Так, приготування салата "«Морська капуста з овочами в томатному соусі»" передбачає обсмажування підвареної морської капусти, змішування з обсмаженими овочами в співвідношенні: 50% капусти, 37,5% моркви, 12,5% свекли, подачу в гарячому томатному соусі в кількості 35% від маси суміші. В склад таких сумішей можуть входити: баклажани, кабачки, болгарський перець, кольрабі, білокачанна капуста, брокколі і др. [7].

В Україні в останні п'ять років склалася стійка тенденція проникнення страв японської кухні в вигляді японського меню або суши-меню в багатьох ресторанах європейської або національної кухні. Ресторани великих міст (Київ, Одеса, Ніколаєв, Херсон) надають широкий вибір меню з чорноморських мідій, морських гребешків і устриць. Заслуженою популярністю користуються страви з ракообразних (краби, омари, креветки, криль), моллюсков (двустворчаті – мідії, устриці, морські гребешки), головоногих моллюсков (кальмари, осьминоги).

Мясо беспозвоночных отличается высокой пищевой ценностью, поскольку в нем содержится до 20 % белка, в составе которого преобладают незаменимые аминокислоты, по составу микроэлементов оно превосходит мясо животных в 50 раз. Содержание жира в этих продуктах не превышает 1 %, причем, в нем преобладают полиненасыщенные жирные кислоты. Использование морепродуктов в пище снижает содержание холестерина в крови и улучшает обмен веществ. При оценке беспозвоночных наряду с органолептическими показателями определяют содержание летучих оснований, количество которых не должно превышать 10-15 мг/%, а если оно увеличено до 60-80 мг/%, то продукция не пригодна к употреблению.

С каждым днем аппетиты посетителей ресторанов растут. Если первоначально было вполне достаточно суши и молодого пива, как экзотических составляющих, которые можно получить уже практически повсеместно, то сейчас требуются еще и дополнительные услуги. Не имея возможности отказать клиентам, многие рестораторы стремятся угнаться за их постоянно растущими потребностями. Однако, как показывает практика, далеко не все дополнительные услуги могут увеличить рентабельность бизнеса, а некоторые сопряжены исключительно с неоправданными расходами. В тоже время, разумное использование рецептов и технологии национальной кухни с различными вариантами приготовления традиционных блюд в различных регионах может приятно разнообразить меню и позволит увеличить рентабельность заведения без дополнительных значительных затрат. Так, в различных регионах Украины традиционный борщ готовят по-разному и предложение попробовать борщ полтавский с галушками, по-гуцульски, по-казацки, черниговский, по-бахмацки и т.п. находит отклик у значительной части клиентов. Так, подавая борщ с пампушками, с грибами, с гречками, баклажанами, с рыбой возможно удовлетворить спрос любого клиента. То же самое относится к галушкам, голубцам, вареникам, которые готовят по оригинальным рецептам. Голубцы могут быть с фасолью и сыром, с грибами, картофелем, овощные голубцы и т.п. При этом используют как листья капусты, так и листья винограда.

Необходимо отметить, что в одесских ресторанах очень живо откликаются на все новые веяния. Фантазии рестораторов для привлечения посетителя, причем вне зависимости от его гастрономических предпочтений, пола, возраста, уровня дохода, не имеют границ. Рафинированные гастрономические заведения, еще недавно соревновавшиеся друг с другом в приготовлении супернавороченных блюд с непроизносимыми французскими названиями, завели у себя диджеев и включили в меню суши и роллы. Пивные рестораны предлагают своим гостям покурить кальян. Сетевые трактиры русской кухни организовали танцплощадки. Но это еще не все: появились мультиконцептуальные заведения, эксплуатирующие сразу несколько основных идей. В таких местах можно столкнуться с самыми противоречивыми составляющими: караоке-зал соседствует с ювелирным бутиком, бильярдный холл – с суши-баром, сигарная комната – с чиллаутом. В настоящее время особенно популярными стали следующие сочетания: заведения восточной кухни с кальянными комнатами и классические рестораны с кофейнями, в которых статусность основной аудитории привлекает дополнительных клиентов. Также рестораторы активно используют музыкальное сопровождение с участием диджеев, особенно в проектах с ярко выраженной фэшн-направленностью и интернациональной кухней. Очевидно,

что основная цель ресторана с несколькими различными предложениями заключается в том, чтобы задержать гостя на более продолжительное время. Наиболее популярные сегодня форматы – кафе-ресторан-сигарная и гибридный ресторан и кофейни [4]. Идея подобных проектов проста: утром гости приходят на завтрак, затем – на ланч, вечером – на ужин и диджестив с сигарами. Считается, что люди выбирают заведения, предоставляющие полный спектр интересующих их услуг. Зачем им искать еще какое-то место, если все есть в одном? Также многие рестораны предлагают различные развлекательные и музыкальные программы. Безусловно, все существующие под одной крышей идеи должны соответствовать единой концепции и взаимодополнять друг друга. Вряд ли кому-то придет в голову организовать кафе с круассанами и салатами при пивной или пиццерии, совмещенную с арабским рестораном. Надо сказать, что далеко не все предприятия питания предпринимают попытки объять необъятное. При разработке маркетинговых стратегий следует придерживаться целостной концепции в интерьере, кухне и сервисе. Безусловно, интересные, оригинальные дополнения, касающиеся меню, оформления зала, стиля обслуживания, или организации специальных мероприятий в индивидуальном порядке позволяет поддерживать высокий уровень обслуживания и удовлетворять особые пожелания посетителей, но, превращаясь в самоцель, погоня за новшествами вызывает значительные и ничем не оправданные материальные затраты. Полный перечень дополнительных услуг, предлагаемых предприятиями питания, едва ли возможен: сколько рестораторов - почти столько же и идей, и постоянно появляется что-нибудь новенькое.

В ресторанном бизнесе не может быть ограничений. При выборе дополнений необходимо руководствоваться логикой и делать так, чтобы гости могли получить максимальное количество услуг именно у вас. Если это условие будет выполнено, то проходимость просто не может не увеличиться. Однако важно, чтобы ничто не противоречило общей атмосфере и все в ресторане находилось в гармонии друг с другом. Далеко не всем гостям по душе изобилие экстравагантных составляющих. Перед тем как определять ассортимент предложений, необходимо исследовать предпочтения посетителей и понять, смогут ли нормально сосуществовать основные и дополнительные услуги. Предложения второй группы должны являться естественным продолжением базовой концепции.

Активно развиваются загородные заведения. Особенно те, которые находятся на ключевых трассах - Одесской, Житомирской, Обуховской. Замечено, что в период уик-энд в летний период рестораны, расположенные в черте города, значительно пустеют, тогда как загородные – переполнены. Эта тенденция с каждым годом становится все более выраженной. Выигрывают только те городские рестораны, которые расположены в рекреационной зоне (парки, набережные). Это явление, скорее всего, связано с появляющейся традицией полноценного семейного отдыха. Идея "отдыха на природе" приобретает все более цивилизованную форму. Загородные заведения, как правило, создаются по одной и той же схеме: ресторан (в одном помещении или в отдельных домиках), гостиница на 15-25 номеров (в одном здании или в коттеджном формате), мангал (шашлык является непременным атрибутом отдыха "на природе"), детская площадка, иногда небольшой зверинец или бассейн. Несмотря на активное развитие заведений загородного формата, чаще всего они не брэндированы, рассчитывая на проезд-

жающую мимо аудиторию, и гораздо реже – на постоянных посетителей, которые целенаправленно едут в это заведение. В этом случае возникает ситуация, когда предложение формирует спрос – любое удачное загородное заведение находит своих потребителей. За городом легче выкупить землю, построить собственное помещение для ресторана и стать полновластным его владельцем. Это – бесспорное преимущество, так как подавляющее большинство киевских ресторанов помещения арендуют и переживают серьезные кризисы при смене владельца недвижимости, отказе от аренды или повышении арендных ставок.

За последний год активизировалось развитие чайных и кофеен-кондитерских. За текущий год их открылось в Киеве более 10. Хорошо идут дела у старых кафе, открываются новые, такие как "Nouvelle" в Пассаже, "Кофиум" на Костельной. Становятся популярными заведения с ценовым уровнем 15-25 грн., предлагающие кофе, чай, мучные и кондитерские изделия, шоколад. Но бума, как предполагалось, не произошло. Хотя, в принципе, сегмент кофеен-кондитерских в Киеве близок к насыщению. Стратегически верным шагом является создание не единичной кофейни или кондитерской, а сети таких заведений. Это обусловлено, прежде всего, технологическими причинами: гораздо выгоднее создавать собственный цех для работы на несколько заведений, и маркетинговыми: потребитель быстро привыкает к определенной торговой марке и продукции [5].

Кухня наравне с языком является одним из маркеров национальной идентификации. Особенностью украинской кухни является то, что одно и то же блюдо в разных регионах страны готовят по-разному. Тенденции ресторанного бизнеса – это, конечно же, и тенденции развития определенных кухонь. К большому нашему удивлению, предпочтения по типу кухни очень неоднозначны, особенно в регионах Украины. Характерна приверженность к определенному продукту, а не к типу кухни как таковому, например, предпочтения мяса, часто определенного вида (свинина, куриное мясо), в исполнении различных кухонь, или рыбы и морепродуктов. В основном в Киеве у определенных кухонь есть сложившиеся группы почитателей, в остальном же потребители предпочитают любимый продукт в любимом исполнении, и при этом совершенно не важно, какой тип кухни представляет то или иное блюдо. Поэтому тип кухни, наиболее часто встречающийся в различных заведениях разных городов Украины, можно назвать как смешанная (в некоторых городах она называется странным словом "международная"), с акцентом на определенную группу блюд или способ приготовления. Соответственно, меняется концепция ресторанной кухни. Блюда натурализируются, уменьша-

ется их дополнительная обработка, цель оформления блюда – подчеркивание основного продукта, а не "камуфлирование" его. Клиенту должно быть понятно, какой продукт он ест. Все больше ресторанов при составлении меню делают акцент на натуральном использовании продуктов, а не на сложности рецептур.

Очень удачными с точки зрения бизнеса являются заведения, созданные по уже имеющемуся образцу, на этом принципе базируется идея франчайзинга. В этом случае минимализируется риск неудачи концепции. По этому пути идет "Козырная карта", большинство фаст-фудов. Любое успешное предприятие ресторанного хозяйства – на самом деле удачная технология, и, как любая технология, она может быть воспроизведена в любом городе мира. Не за горами активное сетевое развитие известных ресторанных брендов.

Как и в любой другой сфере, в сфере международного туризма и ресторанного сервиса наблюдается тенденция увеличения значения персонала и его обязанностей, а также эффективных взаимоотношений между его членами. В долгосрочной перспективе в индустрии гостеприимства будет происходить переориентация внимания по направлению увеличения эффективности использования человеческих ресурсов, как главной стратегии бизнеса. Качество обслуживания клиентов будет обеспечиваться высококвалифицированными сотрудниками, требующих большего внимания менеджмента на развитие человеческих ресурсов. Компании индустрии отдают себе отчет в том, что, для того чтобы стать клиентно-ориентированными, необходимо вложить большие средства на улучшение благосостояния персонала и его развития, обучения. Все это достигается не сразу, а требуется долгая, продолжительная совместная работа предприятий ресторанного сервиса и учебных заведений, занимающихся обучением персонала.

Технологии питания в международном туристическом бизнесе подвержены постоянным изменениям, связанным с изменениями представлений о питании населения планеты, следовательно, для эффективной работы этой сферы оказания услуг необходим серьезный анализ мировых тенденций и усилия по маркетингу национальной кухни, традиций, расширение сферы "зеленого туризма".

Таким образом, совершенствование сферы приготовления блюд ресторанного питания в международном туристическом бизнесе тесно связано с совершенствованием технологий приготовления и рецептуры блюд, увеличением ассортимента на основе "здоровых продуктов питания", обладающих направленным функциональным, адаптивным и профилактическим действием.

Поступила 08.2011

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Санин, В.С. Организация международного туризма [Текст]: Учебн. пособие, 2-е изд. / В.С. Санин - М.: Финансы и статистика. - 2003. - 400 с.
2. Гуляев, В.Г. Организация туристической деятельности [Текст] / В.Г. Гуляев. - М. - 1996. - 350 с.
3. Григорьева, Т.П. Красотой Японки рожденный [Текст] / Т.П. Григорьева. - М., 1993. - 450 с. - С. 355-368.
4. Алексеев, Д. Ресторан по интересам [Электронный ресурс] / Д. Алексеев // Ресторанные ведомости - всероссийский журнал для профессионалов общественного питания. - 2006. - №101. http://tourlib.net/statti_tourism/alekseev.htm
5. Насонова, О. Тенденции развития ресторанного бизнеса на Украине [Электронный ресурс]: «Дешево и сердито» / О. Насонова, Л. Даниленко http://tourlib.net/statti_tourism/rest_bisn.htm
6. Шалимінов, О.В. Збірник рецептур національних страв та кулінарних виробів [Текст] / О.В. Шалимінов, Т.П. Дяченко, Л.О. Кравченко, А.А. Рачковський, Ю.Ф. Родіонов. - К.: Вид. А.С.К., 2003. - 848 с.
7. Шумило, Г.І. Технологія приготування їжі [Текст]: Навч. Посіб. / Г.І. Шумило. - К. - „Кондор”. - 2003. - 506 с.