

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Інститут(факультет) Навчально-науковий інститут харчових технологій

«До захисту в ЕК»

Директор інституту (декан факультету)

Оксана КОЧУБЕЙ-ЛИТВИНЕНКО

(підпис)

(прізвище та ініціали)

« » _____ 2025р.

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

Василь ПАСІЧНИЙ

(підпис)

(прізвище та ініціали)

« » _____ 2025р.

Декан факультету ГРТБ

Віта ЦИРУЛЬНІКОВА

(підпис)

(прізвище та ініціали)

« » _____ 2025р.

Завідувач кафедри

Ірина МЕЛЬНИК

(підпис)

(прізвище та ініціали)

« » _____ 2025р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТРА

зі спеціальностей 181 «Харчові технології», 242 «Туризм і рекреація»

(код та назва спеціальностей)

міждисциплінарної освітньо-наукової програми «Промислові та крафтові технології для HoReCa в туризмі»

на тему: **Розробка технології вершкового масла до стейків як інноваційного гастрономічного продукту для підвищення конкурентноспроможності ресторану «Fabius»**

Виконав: здобувач 2 курсу, групи КТ-2-15М

Копитко Олександр Володимирович

(прізвище, ім'я, по батькові повністю)

(підпис)

Керівник Чернюшок Ольга Анатоліївна

(прізвище, ім'я та по батькові повністю)

(підпис)

Керівник Мірзодаєва Тетяна Віталіївна

(прізвище, ім'я та по батькові повністю)

(підпис)

Рецензент _____

(прізвище та ініціали)

(підпис)

Я як здобувач(ка) Національного університету харчових технологій розумію і підтримую політику університету з академічної доброчесності. Я не надавав(-ла) і не одержував(-ла) незарядженої допомоги під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

Здобувач _____

(підпис)

Київ – 2025р.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Інститут Навчально-науковий інститут харчових технологій

Факультет Готельно -ресторанного та туристичного бізнесу імені проф.В.Ф.Доценка

Кафедра Технології м'яса і м'ясних продуктів

Кафедра Туристичного та готельного бізнесу

Освітній ступінь МАГІСТР

Спеціальностей 181 «Харчові технології», 242 «Туризм і рекреація»

(код і назва)

Міждисциплінарна освітньо-наукова програма «Промислові та крафтові технології для HoReCa в туризмі»

(назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри технології м'яса і м'ясних продуктів _____ Василь ПАСІЧНИЙ

“ _____ ” _____ 2025року

Завідувач кафедри туристичного та готельного бізнесу _____ Ірина МЕЛЬНИК

“ _____ ” _____ 2025року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Копитко Олександр Володимирович

(прізвище, ім'я, по батькові)

Тема роботи **Розробка технології вершкового масла до стейків як інноваційного гастрономічного продукту для підвищення конкурентоспроможності ресторану «Fabius»**

керівники роботи к.т.н., доцент Чернюшок Ольга Анатоліївна, к.е.н., доцент Мірзодаєва Тетяна Віталіївна

(науковий ступінь, вчене звання, прізвище, ім'я, по батькові.)

затверджені наказом закладу вищої освіти від «_13» січня 2025 року № 6-кс

Строк подання здобувачем роботи 15.05.2025

Вихідні дані до роботи: Аналіз літературних джерел за темою магістерської роботи. Дослідження статистичних даних. Опрацювання інформації для реалізації обраної дослідної тематики

Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Анотація, Вступ, Розділ 1. Аналіз стану та перспектив розвитку молочної галузі харчової промисловості, Розділ 2. Дослідження процесу управління рестораном «FABIUS», Розділ 3. Науково-дослідна частина, Розділ 4. Пропозиції щодо підвищення конкурентоспроможності ресторану «FABIUS Список використаної літератури, Додатки.

Перелік графічного матеріалу *Демонстраційний матеріал (мультимедійна презентація Power Point в електронній формі) на 15 слайдів*

Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
I	Чернюшок О.А., доцент		
II	Мірзодаєва Т.В., доцент		
III	Чернюшок О.А., доцент		
IV	Мірзодаєва Т.В., доцент		

Дата видачі завдання 13.01.2025 р

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Виконання, % до етапу
1.	Вступ	20.02.2025	
2.	Розділ 1. Аналіз стану та перспектив розвитку молочної галузі харчової промисловості	12.03.2025	
3.	Розділ 2. Дослідження процесу управління рестораном «FABIUS»	27.03.2025	
4.	Розділ 3. Науково-дослідна частина	16.04.2025	
5.	Розділ 4. Пропозиції щодо підвищення конкурентоспроможності ресторану «FABIUS»	21.04.2025	
6.	Висновки і рекомендації	28.04.2025	
7.	Список використаних джерел. Додатки	30.04.2025	
8.	Оформлення пояснювальної записки і презентації роботи та подання їх на кафедру	06.05.2025	
9.	Попередній розгляд роботи на кафедрі	12.05.2025	
10.	Отримання зовнішньої рецензії і підготовка до захисту в ЕК	14.05.2025	
11.	Проходження перевірки на унікальність кваліфікаційної роботи	14.05.2025	
12.	Захист роботи в ЕК	21.05.2025	

Здобувач роботи _____
(підпис)

Олександр КОПИТКО
(ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

Керівник роботи _____
(підпис)

Ольга ЧЕРНЮШОК
(ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

Керівник роботи _____
(підпис)

Тетяна МІРЗОДАЄВА
(ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

Анотація	6
ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ МОЛОЧНОЇ ГАЛУЗІ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ.	10
1.1. Стан та перспективи розвитку молочної галузі харчової промисловості	10
1.2. Інновації та сучасні рішення у технології виробництва вершкового масла та їх місце у системі HoReCa	13
1.3. Особливості та характеристика сировинних ресурсів у конструюванні конкурентноздатної продукції	16
Висновки до розділу 1	18
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ РЕСТОРАНОМ «FABIUS»	20
2.1. Загальна характеристика ресторану	20
2.2. Аналіз внутрішнього середовища ресторану	22
2.3. Аналіз конкурентоспроможності ресторану	32
Висновки до розділу 2	37
РОЗДІЛ 3. НАУКОВО-ДОСЛІДНА ЧАСТИНА	39
3.1. Схема проведення наукових досліджень	39
3.2. Обґрунтування вибору та властивостей сировинних ресурсів за напрямом досліджень для крафтового виробництва	40
3.3. Дослідження показників якості та безпечності вершкового масла для стейків	43
3.4. Рекомендації впровадження інновацій у технологічний процес згідно обраної тематики	48
Висновки до розділу 3	52
РОЗДІЛ 4. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕСТОРАНУ «FABIUS»	53
4.1. Напрями підвищення конкурентоспроможності ресторану	53

4.2. Проектування автобусного туристичного маршруту з відвідуванням ресторану	56
4.3. Обґрунтування вартості автобусного туристичного маршруту з відвідуванням ресторану	62
Висновки до розділу 4	65
Висновки	67
Список використаної літератури	70
Додатки	74

Анотація

В кваліфікаційній роботі здобувача освітнього ступеню «Магістр» на тему **«Розробка технології вершкового масла до стейків як інноваційного гастрономічного продукту для підвищення конкурентоспроможності ресторану «Fabius»** розроблено новий вид вершкового масла, що виготовляється із додаванням рослинної сировини, що дає змогу поєднувати цікавий смак продукту для приготування і споживання м'ясних стейків, як гастрономічного продукту.

Розробку інноваційного продукту рекомендується виробляти разом з відомими традиційними видами молочних продуктів (наприклад м'які сири), які вже успішно реалізуються у крафтових торгівельних точках та ресторанах з виготовленням продукції для особливо вишуканих споживачів.

У другому розділі роботи проведено аналіз внутрішнього середовища ресторану «Fabius». Визначено прямих конкурентів закладу, побудовано конкурентний профіль закладу та багатокутних конкурентоспроможності.

Обґрунтовано вибір асортименту продукції, актуальність обраного напряму наукової роботи. Визначено основні напрями розвитку туризму в представленому регіоні, проведено SWOT-аналіз її рекреаційно-туристичного потенціалу.

У розділі «Науково-дослідна робота» наведено результати дослідження, що присвячено розробці технології крафтових продуктів. У технологічній частині роботи наведено чинні нормативні вимоги до продукції, сировини та матеріалів виробництва; описано технології представленої продукції.

У четвертому розділі роботи визначено напрями підвищення конкурентоспроможності ресторану «Fabius». Обґрунтовано функції ресторанів у структурі туристичного продукту. Запропоновано новий автобусний туристичний маршрут з відвідуванням ресторану «Fabius».

КЛЮЧОВІ СЛОВА: вершкове масло, стейк, ресторан, туристичний маршрут, тур.

Abstract

In the qualification work of the applicant for the educational degree "Master" on the topic "Development of technology of butter for steaks as an innovative gastronomic product to increase the competitiveness of the restaurant "Fabius" a new type of butter is developed, which is produced with the addition of vegetable raw materials, which allows combining the interesting taste of the product for the preparation and consumption of meat steaks as a gastronomic product.

It is recommended to develop an innovative product together with well-known traditional types of dairy products (for example, soft cheeses), which are already successfully sold in craft outlets and restaurants with the production of products for especially sophisticated consumers.

In the second section of the work, an analysis of the internal environment of the restaurant "Fabius" is carried out. Direct competitors of the institution are identified, a competitive profile of the institution and polygons of competitiveness are built.

The choice of the product range, the relevance of the chosen direction of scientific work are justified. The main directions of tourism development in the presented region are determined, and a SWOT analysis of its recreational and tourist potential is conducted.

The section "Research work" presents the results of a study devoted to the development of craft product technology. The technological part of the work presents the current regulatory requirements for products, raw materials and production materials; describes the technologies of the presented products.

The fourth section of the work identifies areas for increasing the competitiveness of the "Fabius" restaurant. The functions of restaurants in the structure of the tourist product are substantiated. A new bus tourist route with a visit to the "Fabius" restaurant is proposed.

KEYWORDS: butter, steak, restaurant, tourist route, tour.

ВСТУП

Стан молочної галузі в Україні в умовах повномасштабного вторгнення Росії зазнав значних змін. Війна призвела до порушення логістичних ланцюгів, зниження доступу до сировини, а також до проблем з постачанням енергоресурсів для підприємств молочної промисловості.

Однією з найбільших проблем стала нестабільність поставок молока через зниження виробничих потужностей у регіонах, що постраждали від бойових дій, та відсутність належної підтримки фермерських господарств. За даними Державної служби статистики України, за 2022 рік обсяг виробництва молока зменшився на 7,5 % порівняно з попереднім роком, що свідчить про серйозні економічні втрати у галузі [1].

Попри негативний вплив війни, молочна галузь продовжує відігравати важливу роль у економіці України. Перспективи розвитку цієї галузі, в тому числі з огляду на інноваційні продукти, залишаються актуальними. Зокрема, розробка технології виробництва вершкового масла для стейків як інноваційного гастрономічного продукту є важливим кроком у підвищенні конкурентоспроможності ресторанного бізнесу, особливо в умовах нестабільної економічної ситуації.

Виведення таких продуктів на ринок дозволяє ресторанним мережам не тільки диференціювати свою пропозицію, але й збільшити додану вартість, використовуючи преміальні сировини, такі як вершкове масло, яке може бути розроблене в унікальних рецептурах, що відповідають вимогам гастрономічного сегмента.

В умовах зниження купівельної спроможності та росту витрат на сировину, підвищення якості продуктів та їх інноваційність стають критичними для утримання конкурентоспроможності в сфері HoReCa.

Запровадження високоякісних гастрономічних продуктів, таких як вершкове масло для стейків, здатне залучити увагу вимогливих споживачів, які шукають унікальні смаки та враження. Зокрема, виробництво такого масла може включати спеціальні інгредієнти або ароматизатори, що відповідають смакам

різних регіонів або популярних кулінарних напрямів, наприклад, з додаванням трав чи спецій, що значно підвищує його гастрономічну цінність для ресторанів преміум-класу.

Перспективи цього продукту для ресторанної індустрії виглядають обнадійливо. За даними асоціації HoReCa, попит на інноваційні гастрономічні продукти у ресторанах в Україні, особливо в сегменті стейк-хаусів і висококласних закладів, за останні три роки виріс на 15-20% [2].

Тренд на унікальні гастрономічні продукти збережеться й надалі, оскільки споживачі стають дедалі більш вибагливими до якості та інноваційності страв. У свою чергу, ресторани, які готові інвестувати в розробку таких інновацій, отримують значну перевагу в конкурентній боротьбі, адже таке масло може бути використане як для покращення смакових якостей стейків, так і для створення ексклюзивних пропозицій, що підвищує привабливість ресторану.

Актуальність цієї розробки для ресторанного сектору ускладнюється не лише зовнішньоекономічними факторами, але й необхідністю адаптації до нових реалій споживчих переваг. В умовах зниження економічної стабільності та збільшення витрат на енергетичні ресурси ресторани шукають способи зменшення собівартості, без втрати якості.

Вершкове масло для стейків може стати не лише інноваційним продуктом, але й інструментом для утримання лояльних клієнтів та залучення нових. Згідно з дослідженням ринку HoReCa, витрати на інноваційні страви в Україні в середньому зросли на 5-7% за останній рік, що свідчить про стабільний попит на гастрономічні новинки навіть в умовах економічної нестабільності.

Розробка технології виробництва вершкового масла для стейків є не лише відповіддю на поточні виклики, але й важливим елементом стратегії для підвищення конкурентоспроможності ресторанного бізнесу в умовах війни та економічної кризи. Вона дозволяє ресторанам орієнтуватися на високоякісні продукти, що відповідають найвищим вимогам споживачів, а також сприяє збереженню та зміцненню іміджу закладів, які прагнуть бути лідерами в інноваціях та гастрономії [3].

РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ МОЛОЧНОЇ ГАЛУЗІ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

1.1. Стан та перспективи розвитку молочної галузі харчової промисловості

Молочна галузь України зазнала значних змін у період з 2022 по 2024 роки, що були спричинені як внутрішніми економічними факторами, так і зовнішніми викликами, зокрема повномасштабним вторгненням Росії у лютому 2022 року. Ці події суттєво вплинули на виробництво молока, його переробку та загальну динаміку галузі.

У 2022 році загальний обсяг виробництва молока в Україні становив 7,77 млн тонн, що на 12,1% менше порівняно з 2021 роком. Зокрема, господарства населення виробили 4,54 млн тонн молока, що на 11,4% менше, ніж у попередньому році, тоді як сільськогосподарські підприємства виробили 2,8 млн тонн, збільшивши показник на 5,9% [4]

У 2023 році тенденція до зниження виробництва молока збереглася. За даними Міністерства аграрної політики та продовольства України, очікувалося скорочення виробництва на 300–400 тис. тонн, що становило б приблизно 7,4–7,5 млн тонн. За попередніми оцінками, у 2023 році виробництво молока скоротилося на 3,3%, досягнувши рівня близько 7,412 млн тонн [5].

Варто зазначити, що частка господарств населення у виробництві молока поступово зменшується, тоді як сільськогосподарські підприємства демонструють зростання. У 2023 році підприємства збільшили виробництво молока на 7%, тоді як господарства населення скоротили його на 14%. Ця тенденція свідчить про поступову індустріалізацію галузі та перехід до більш масштабного виробництва.

Скорочення виробництва молока супроводжується зменшенням поголів'я корів. За даними на 1 жовтня 2024 року, загальне поголів'я корів становило 1,24 млн голів, що на 6,6% менше, ніж на аналогічну дату попереднього року. З них

380 тис. голів утримувалися в сільськогосподарських підприємствах, що на 1,8% менше, ніж у 2023 році [6].

Попри зниження виробництва, обсяги експорту молочних продуктів демонстрували позитивну динаміку. У 2022 році експорт молочних продуктів зріс на 20% порівняно з 2021 роком і склав 99 тис. тонн. Зокрема, експорт молока та вершків незгущених збільшився на 97%, масла вершкового – на 30%, сирів – на 30%. Це свідчить про адаптацію українських виробників до нових умов та пошук альтернативних ринків збуту.

У 2023 році ціни на молочну продукцію на внутрішньому ринку зросли. Свіжі молочні продукти подорожчали приблизно на 7–10%, сири – на 7%, а масло вершкове – майже на 40%. Водночас закупівельна ціна молока для виробників зросла на 22%, що, разом із зниженням собівартості виробництва, призвело до підвищення операційної маржі до понад 70% у високопродуктивних господарствах [7].

Очікується, що у 2024 році виробництво молока продовжить знижуватися. Згідно з прогнозами, обсяг виробництва молока може становити близько 7,191 млн тонн, що на 2% менше, ніж у 2023 році. Це зумовлено як триваючими наслідками військових дій, так і структурними змінами в галузі.

Загалом, молочна галузь України демонструє стійкість та адаптивність в умовах кризи. Збільшення частки промислового виробництва, активізація експорту та зростання цін на продукцію свідчать про потенціал для відновлення та розвитку. Проте для стабілізації та зростання необхідні інвестиції в модернізацію виробництва, підтримка фермерських господарств та розширення присутності на міжнародних ринках.

Динаміка виробництва молока в Україні за 2021–2025 роки наведена у таблиці 1.1.

Динаміка виробництва молока в Україні за останні роки

Показник	2021 рік	2022 рік	2023 рік	2024 рік	2025 рік (прогноз)
Загальне виробництво молока, млн тонн	8,84	7,77	7,41	7,30	7,10
Зміна до попереднього року, %	—	-12,1%	-4,6%	-1,5%	-2,7%
Виробництво в господарствах населення, млн т	5,12	4,54	3,91	3,60	3,40
Зміна в господарствах населення, %	—	-11,4%	-13,9%	-7,9%	-5,6%
Виробництво в сільгосп- підприємствах, млн т	2,72	2,80	3,00	3,10	3,20
Зміна в сільгосп- підприємствах, %	—	+2,9%	+7,1%	+3,3%	+3,2%

Провівши аналіз даних у таблиці 1.1., можна стверджувати, що у 2024 році загальне виробництво молока оцінюється на рівні 7,30 млн тонн, що на 1,5% менше порівняно з 2023 роком. Виробництво в господарствах населення продовжує знижуватися, досягнувши 3,60 млн тонн у 2024 році, що на 7,9% менше, ніж у 2023 році.

Сільськогосподарські підприємства демонструють стабільне зростання виробництва, зокрема, у 2024 році обсяг виробництва склав 3,10 млн тонн, що на 3,3% більше, ніж у 2023 році.

Прогноз на 2025 рік передбачає подальше скорочення загального виробництва молока до 7,10 млн тонн, зокрема, через зменшення виробництва в господарствах населення до 3,40 млн тонн. Водночас, сільськогосподарські підприємства можуть збільшити виробництво до 3,20 млн тонн [8].

Ці дані свідчать про триваючу тенденцію до зменшення загального виробництва молока в Україні, зокрема, через скорочення виробництва в господарствах населення, тоді як сільськогосподарські підприємства демонструють поступове зростання. Це вказує на необхідність підтримки та модернізації молочної галузі для забезпечення стабільності та розвитку в умовах поточних викликів.

1.2. Інновації та сучасні рішення у технології виробництва вершкового масла та їх місце у системі HoReCa

Інновації у технології виробництва вершкового масла відіграють ключову роль у розвитку галузі HoReCa, сприяючи створенню продуктів з покращеними функціональними властивостями, збагачених біологічно активними компонентами та адаптованих до сучасних споживчих потреб. В Україні та за кордоном науковці активно працюють над удосконаленням рецептур і технологічних процесів виробництва вершкового масла, впроваджуючи нові інгредієнти та методи обробки, що дозволяє розширити асортимент продукції та підвищити її якість.

В Україні значний внесок у розвиток інновацій у виробництві вершкового масла зробили науковці Національного університету харчових технологій. Зокрема, було розроблено способи збагачення масла пектином, що покращує його консистенцію та надає додаткових функціональних властивостей. Інші дослідження спрямовані на використання інуліну, який не лише покращує текстуру продукту, але й сприяє нормалізації мікрофлори кишечника [9, 10].

Крім того, вчені досліджують можливості додавання до вершкового масла різноманітних рослинних компонентів, таких як стевія, цикорій, льон, мед та квітковий пилок. Такі добавки не лише збагачують продукт біологічно активними речовинами, але й надають йому лікувально-профілактичних

властивостей, що є актуальним для споживачів, які піклуються про своє здоров'я [11, 12].

У міжнародній практиці також спостерігається тенденція до вдосконалення технологій виробництва вершкового масла. Зокрема, вчені з різних країн працюють над розробкою методів зменшення вмісту насичених жирів у продукті, використанням ферментативних процесів для покращення смакових характеристик та застосуванням новітніх технологій обробки, таких як високотемпературна короткочасна пастеризація та ультразвукова обробка.

У системі HoReCa інноваційні види вершкового масла можуть використовуватись для створення унікальних гастрономічних продуктів, таких як ароматизовані масла для стейків, соуси та десерти. Збагачення масла функціональними інгредієнтами дозволяє не лише покращити смакові якості страв, але й надати їм додаткової цінності з точки зору здоров'я споживачів.

У таблиці 1.2. відображено приклади інновацій у технології виробництва вершкового масла.

Таблиця 1.2.

Інновації у технології виробництва вершкового масла

Назва	Автор	Суть розробки	Перспектива
Спосіб виробництва вершкового масла з пектином	Гулий І.С., Рашевська Т.О., Українець А.І., Гойко І.Ю., Ільницька Л.В., Гайдамака О.А. (Україна)	Додавання пектину для покращення консистенції та функціональних властивостей масла	Покращення текстури та збільшення біологічної цінності продукту
Спосіб виробництва вершкового масла з інуліном	Українець А.І., Гулий І.С., Рашевська Т.О., Тасенко Є.П., Хомічак Л.М. (Україна)	Збагачення масла інуліном для нормалізації мікрофлори кишечника	Створення продукту з пробіотичними властивостями

Спосіб виробництва вершкового масла зі стевією та цикорієм	Українець А.І., Гулий І.С., Рашевська Т.О., Тасенко Є.П., Хомічак Л.М. (Україна)	Використання стевії та цикорію для надання масла діабетичних та радіопротекторних властивостей	Розширення асортименту функціональних продуктів
Спосіб виробництва вершкового масла з насінням льону	Українець А.І., Гулий І.С., Рашевська Т.О., Тасенко Є.П., Хомічак Л.М. (Україна)	Додавання насіння льону для збагачення масла омега-3 жирними кислотами	Підвищення харчової цінності продукту
Спосіб виробництва вершкового масла з медом та квітковим пилком	Українець А.І., Гулий І.С., Рашевська Т.О., Тасенко Є.П., Хомічак Л.М. (Україна)	Комбінація меду та квіткового пилку для надання масла лікувально-профілактичних властивостей	Створення продукту з підвищеною біологічною активністю
Застосування високотемпературної короткочасної пастеризації	Müller H., Schmidt A. (Німеччина)	Використання високотемпературної обробки для збереження смакових якостей масла	Покращення органолептичних властивостей продукту
Ультразвукова обробка вершкового масла	Johnson M., Lee S. (США)	Застосування ультразвуку для покращення структури та текстури масла	Підвищення якості та стабільності продукту

1.3. Особливості та характеристика сировинних ресурсів у конструюванні конкурентноздатної продукції

У системі HoReCa, де якість і стабільність продуктів є критичними, вершкове масло відіграє ключову роль у формуванні смакових характеристик страв. Основною сировиною для виробництва вершкового масла є коров'яче молоко та його похідні, зокрема вершки.

Згідно з ДСТУ 4339:2005, вершкове масло повинно виготовлятися виключно з коров'ячого молока або продуктів його переробки, без додавання сторонніх жирів [13]

Якість сировини безпосередньо впливає на органолептичні властивості готового продукту, його стабільність та безпечність. Вимоги до сировини регламентуються низкою стандартів, які визначають допустимі показники якості та безпеки. Наприклад, вершки, що використовуються для виробництва масла, повинні мати масову частку жиру не менше 35%, бути пастеризованими та відповідати вимогам щодо мікробіологічної чистоти.

Крім того, сировина повинна бути вільною від сторонніх запахів і присмаків, мати однорідну консистенцію та відповідати встановленим фізико-хімічним показникам.

У таблицях 1.3. – 1.4. наведені основні вимоги до якості молока та вершків

Таблиця 1.3.

Вимоги до якості молока

Органолептичні показники якості молока		
Показник	Норма	Стандарт
Колір	Білий або злегка жовтуватий	ДСТУ 3662:2018
Смак і запах	Чистий, без сторонніх присмаків і запахів	ДСТУ 3662:2018
Консистенція	Однорідна, без осаду	ДСТУ 3662:2018
Фізико-хімічні показники якості молока		
Масова частка жиру, %	≥ 3,2	ДСТУ 3662:2018

Кислотність, °Т	16–18	ДСТУ 3662:2018
Густина, кг/м ³	≥ 1027	ДСТУ 3662:2018
Температура пастеризації, °С	72–76 або 85–90 (залежно від методу)	ДСТУ 3662:2018
Мікробіологічні показники якості молока		
Загальна кількість мікроорганізмів (КУО/см ³)	≤ 3×10 ⁵	ДСТУ 3662:2018
Кількість соматичних клітин (тис./см ³)	≤ 400	ДСТУ 3662:2018
Наявність антибіотиків	Відсутні	ДСТУ 3662:2018

Таблиця 1.4

Вимоги до якості вершків

Органолептичні показники якості вершків		
Показник	Норма	Стандарт
Колір	Від білого до кремового	ДСТУ 2661:2010
Смак і запах	Чистий, характерний, без сторонніх запахів	ДСТУ 2661:2010
Консистенція	Однорідна, без пластівців і осаду	ДСТУ 2661:2010
Фізико-хімічні показники якості вершків		
Масова частка жиру, %	≥ 35	ДСТУ 2661:2010
Кислотність, °Т	≤ 20	ДСТУ 2661:2010
Густина, кг/м ³	1010–1030	ДСТУ 2661:2010
Температура пастеризації, °С	85–90	ДСТУ 2661:2010
Мікробіологічні показники якості вершків		
Загальна кількість мікроорганізмів (КУО/см ³)	≤ 5×10 ⁴	ДСТУ 2661:2010
Кількість соматичних клітин (тис./см ³)	≤ 300	ДСТУ 2661:2010

Наявність антибіотиків	Відсутні	ДСТУ 2661:2010
------------------------	----------	----------------

Використання високоякісної сировини забезпечує отримання вершкового масла з оптимальними смаковими характеристиками, стабільною текстурою та тривалим терміном зберігання, що є особливо важливим для закладів HoReCa, де консистенція та смак продукту мають вирішальне значення. Дотримання вимог стандартів також гарантує безпечність продукту для споживачів.

Висновки до розділу 1

Встановлено, що молочна галузь харчової промисловості України зазнала суттєвих змін у період 2022–2024 років, що було спричинено як внутрішніми економічними викликами, так і наслідками повномасштабного військового вторгнення Росії. В умовах військових дій зменшилися обсяги виробництва молока, особливо у регіонах, що зазнали бойових дій або окупації. За останні роки відбулося скорочення поголів'я великої рогатої худоби, що зумовило зниження обсягів сировинної бази для молочної промисловості.

Проте, попри виклики, українські виробники адаптувалися до нових реалій, зокрема через модернізацію підприємств, підвищення якості продукції та орієнтацію на експорт. Очікується, що у 2025 році відбудеться поступове відновлення галузі, але темпи зростання будуть залежати від стабілізації економічної ситуації та підтримки з боку держави.

З'ясовано, що інноваційні рішення у виробництві вершкового масла стали одним із ключових напрямів розвитку молочної промисловості, особливо у сфері HoReCa. Сучасні технології включають використання ферментативного модифікування жирової фракції, впровадження методів структурування масла для поліпшення його текстури, а також виробництво продуктів із підвищеною біологічною цінністю за рахунок додавання пробіотиків, вітамінів та функціональних інгредієнтів.

Особливий акцент робиться на розробці ароматизованих вершкових масел для ресторанної індустрії, які здатні підвищити гастрономічну привабливість

страв. Зарубіжні дослідження демонструють перспективність технологій мікрокапсулювання смакових добавок, що дозволяє покращити стабільність та зберігання продукту. Українські вчені також активно працюють у цьому напрямі, розробляючи адаптовані до національного ринку технології, що відповідають сучасним вимогам HoReCa.

Визначено, що забезпечення високої якості вершкового масла неможливе без ретельного відбору та контролю сировини. Основними компонентами для виробництва масла є молоко та вершки, які повинні відповідати встановленим стандартам за органолептичними, фізико-хімічними та мікробіологічними показниками.

Високоякісне молоко повинно мати чистий смак, відповідну кислотність та відсутність сторонніх домішок. Вершки, що використовуються для збивання масла, мають характеризуватися оптимальною жирністю, щільністю та відповідним рівнем пастеризації. Стандартизація та контроль якості на кожному етапі виробництва є критично важливими для створення конкурентоспроможного продукту, особливо для професійної гастрономії, де стабільність та органолептичні характеристики масла мають вирішальне значення.

Отже, молочна галузь України перебуває у стані трансформації, зумовленої як зовнішніми, так і внутрішніми викликами. Попри складнощі, індустрія демонструє адаптивність та прагнення до впровадження сучасних технологій.

Розвиток інновацій у виробництві вершкового масла відкриває нові можливості для сегмента HoReCa, дозволяючи створювати унікальні продукти з покращеними властивостями. Подальший розвиток галузі залежатиме від державної підтримки, інвестицій у технологічні рішення та здатності підприємств відповідати зростаючим вимогам ринку.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ РЕСТОРАНОМ «FABIUS»

2.1. Загальна характеристика ресторану

Ресторан «Fabius» розташований у м. Київ, за адресою Столичне шосе, 70 (рис.2.1). Ресторан спеціалізується на авторській кухні з італійським акцентом та має власне виробництво молочних продуктів, пекарню та цех з виготовлення домашньої пасти. Екологічно орієнтована концепція ресторану включає теплицю для вирощування органічних овочів, зелені та трав, що використовуються безпосередньо у процесі приготування страв [10].

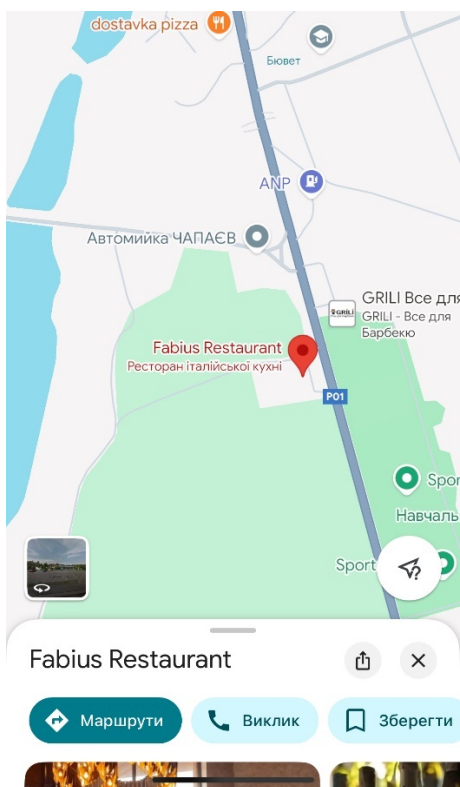


Рис.2.1. Ресторан «Fabius» на Google Maps [10]

Дизайн ресторану виконаний у стилі Martis Camp, що поєднує елементи лофту з використанням натуральних матеріалів. Заклад складається з тематичних залів, панорамної тераси з інтерактивною шоу-кухнею, а також літніх альтанок та відкритих майданчиків.

На першому поверсі ресторану розташована атмосферна зала з каміном. Для тих, хто любить спостерігати за процесом приготування страв, у ресторані Fabius передбачені місця на панорамній терасі з видом на шоу-кухню і сироварню.

Піднявшись сходами, гість потрапляє в затишну камерну залу (балкон) – ідеальне місце, щоб насолоджуватись і чудовими пейзажами, і заходами сонця. Тут також розташована простора і світла банкетна зала.

Комфортні дивани і крісла, винні шафи, багато натурального дерева, велика кількість живих рослин та панорамні вікна створюють неповторну атмосферу стильного відпочинку.

Літні тераси ресторану з видом на сосновий ліс, озеро і екотеплицю. Тут також розташувалися бар і шоу-кухня, де надзвичайно приємно насолоджуватися процесом творіння гастрономічних шедеврів.

Також в ресторані «Fabius» є **івент-тераса** (430 м. кв.) для **ідеальних заходів**. Затишна, світла і з самим мальовничим видом на сосновий ліс. Тераса розташована вдалині від основних терас, тому ви можете насолодитися атмосферою комфорту.

Таким чином, ресторан має кілька основних зон, серед яких:

- Камінна зала (до 50 осіб);
- Панорамна тераса (до 50 осіб);
- Балкон (до 25 осіб);
- Банкетна зала (до 100 осіб);
- VIP-зала (до 12 осіб);
- Івент-тераса (до 150 осіб) [10].

Однією з визначальних рис ресторану «Fabius» є власна сироварня, де відповідно до традиційних технологій виробляються дев'ять видів італійських молодих сирів. Засновником виробничого процесу є Мауріціо Россіні –

італійський майстер із понад 30-річним досвідом у сфері сироваріння, відомий своїм внеском у Книгу рекордів Гіннеса. Асортимент сирів, які виготовляються у власній сироварні включає моцареллу, буррату, страчателлу, аффумікато, скаморцу, рікотту, прімо сале, качотту та качокавалло. Кожен із цих продуктів має власний унікальний смаковий профіль, що відповідає класичним традиціям сироваріння [10].

Ароматна свіжа випічка і домашня паста також готуються безпосередньо в ресторані. А в екотеплиці на території вирощують овочі, трави і зелень, з яких і готують найсмачніші салати, закуски, супи і гарніри.

Відтіняти смак витончених страв благородним вином – гастрономічна традиція, яка в ресторані Fabius перетворюється в непорушне правило. Винна карта – це гід по найкращих виноробних регіонах світу. Професійний сомельє, який має великий досвід і любов до своєї справи, дозволить підібрати напій, який до тонкощів відповідатиме вашому смаку.

Дитяче меню розробляли з урахуванням потреб найменших гостей. Воно поєднує в собі смачні та корисні страви, наповнені вітамінами.

Особлива увага ресторану «Fabius» приділена екологічності та комфорту, зокрема завдяки великій кількості дерев'яних конструкцій, живих рослин та панорамних вікон.

2.2. Аналіз внутрішнього середовища ресторану

Внутрішнє середовище ресторану «Fabius» формується через комплекс бізнес-процесів, які забезпечують його ефективну діяльність. Це включає управління персоналом, фінансові операції, маркетингові стратегії, логістику постачання, якість обслуговування та рівень задоволеності клієнтів. Важливу

роль відіграє концепція ресторану, його позиціонування на ринку, а також конкурентні переваги, які визначають його унікальність.

Кожна організація, потребує координації взаємодії і встановлення певного внутрішнього порядку. Цей процес реалізується у формі організаційної структури. Організаційна структура ресторан «Fabius» визначає співвідношення між функціями, виконуваними працівниками підприємства шляхом поділу праці, створення спеціалізованих підрозділів, запровадження певної ієрархії посад та внутрішнього організаційної процедури і є невід’ємним елементом ефективної роботи ресторану, оскільки забезпечує його внутрішню стабільність та є запорукою певного порядку у використанні ресурсів. Організаційна структура ресторану «Fabius» представлена на рис. 2.2.

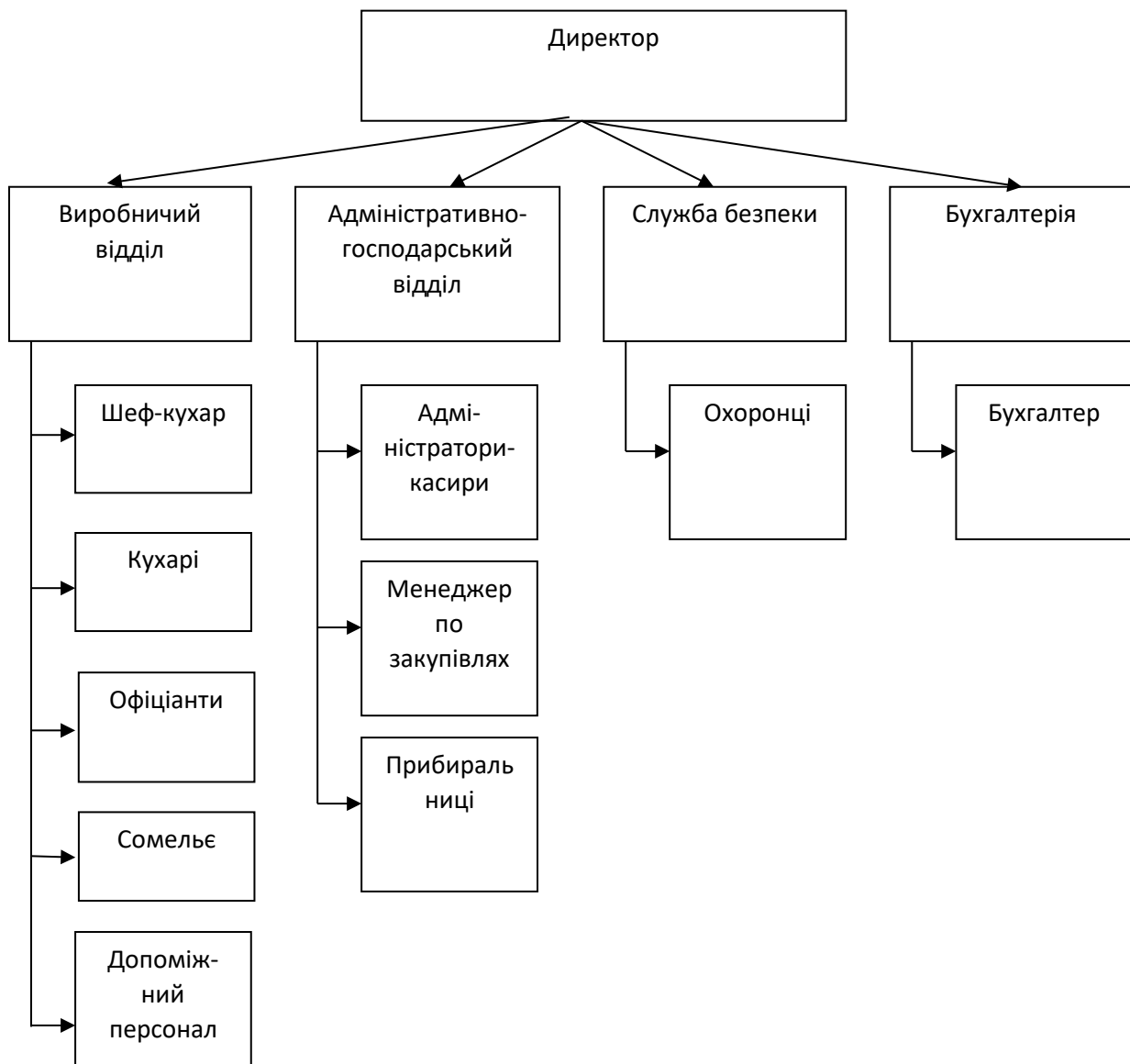


Рис. 2.2. Схема організаційної структури ресторану «Fabius»

За даним рисунком робимо висновок, що організаційна структура ресторану «Fabius» носить лінійно-функціональну форму. Директор ресторану є лінійним керівником, оскільки йому підпорядковуються адміністратор, який є також є лінійними керівниками для кухарів, барменів та доставщиків.

Кожна посадова особа ресторану «Fabius» має посадову інструкцію, затверджену директором, в якій зазначені права, обов'язки, особливі вимоги, тощо. Оскільки одним із напрямів діяльності ресторан «Fabius» є обслуговування споживачів, то головним посадовцем, що забезпечує організацію цього процесу є адміністратор та офіціанти ресторану.

Директор ресторану «Fabius» відповідає за організацію виробничої, торгової, фінансової діяльності ресторану. Він керує колективом, займається підбором кадрів, приймає на роботу, звільняє на підставі трудового законодавства, здійснює контроль за розстановкою кадрів і культурою обслуговування відвідувачів в залах ресторану, стежить за станом обліку, контролю і збереженням матеріальних цінностей. Директор ресторану заключає договори з постачальниками товарів, сировини і напівфабрикатів, контролює своєчасність доставки та якість продукції, створює умови для збереження товарно-матеріальних цінностей. Він контролює роботу всіх ділянок підприємства, у тому числі стежить за якістю своєї продукції, а також дотриманням всіх правил санітарії та гігієни, техніки безпеки та пожежної безпеки.

Завідувач виробництвом (шеф-кухар) ресторану «Fabius» повністю відповідає за виробничий процес, під його керівництвом здійснюється контроль над дотриманням рецептур блюд, він вимагає від кухарів дотримання технології приготування страв та санітарних норм. Він розставляє працівників кухні відповідно до вимогами виробництва та їх кваліфікацією і в разі необхідності переміщати працівників в межах виробництва. Він щодня складає меню з урахуванням наявних продуктів, здійснює перевірку якості готових страв і кулінарних виробів і їх відповідності рецептурою.

Адміністратор (метрдетель) протягом дня перебуває в залі, керує роботою офіціантів, стежить за правильністю обслуговування відвідувачів, чистотою, порядком і правильністю сервірування столів. Адміністратор також керує роботою швейцара, гардеробника, прибиральників. Перед відкриттям ресторану він інструктує офіціантів щодо порядку роботи на даний день, перевіряє готовність до обслуговування, переглядає меню. Адміністратор організовує роботу офіціантів, розставляє їх по окремих ділянках залу, закріплює за ними для обслуговування певний ділянку роботи (3-4 столика). Організовує чіткий зв'язок виробництва і торгового залу. Спостерігає за правильністю відпустки готових страв та їх оформленням. Контролює розрахунок офіціантів з відвідувачами. У разі порушень офіціантами правил обслуговування відвідувачів метрдетель має право відсторонити їх від роботи, доповівши про ці порушення директору. До обов'язків адміністратора ресторану «Fabius» входить також реєструвати попередні замовлення на обслуговування споживачів; саджати гостей за столики та відслідковувати процедуру обслуговування, стежити за сервісом, попереджаючи виникнення проблем; справлятися у відвідувачів про якість їжі та обслуговування; приймати скарги та давати відповідь на скарги відвідувачів; стежити за поведінням службовців і створювати на підприємстві умови, що відповідають усім вимогам безпеки.

Обслуговуючий персонал ресторану «Fabius» - кухарі, офіціанти, а також буфетники, прибиральники, посудомийки виконують наступні загальні вимоги: 1) дотримуються правил внутрішнього розпорядку ресторану; 2) знають та дотримуються посадових інструкцій; 3) дотримуються вимог санітарії та особистої гігієни, гігієни робочого місця; 4) дотримуються норм професійної етики та культури обслуговування відвідувачів; 5) дотримуються правил охорони праці, техніки безпеки та пожежної безпеки.

Всі працівники ресторану «Fabius» мають медичну книжку, проходять медичний огляд згідно графіку і один раз в два роки здають іспит з санітарного мінімуму. Працівники ресторану по можливості створюють на підприємстві

атмосферу гостинності по відношенню до відвідувачів, еважними, ввічливими, тактовними, витриманими, уникають конфліктних ситуацій.

У межах структури управління ресторан «Fabius» відбувається управлінський процес, між учасниками якого розподілені завдання і функції щодо управління. Ресторан «Fabius» функціонує з метою досягнення цілей, направлених на отримання прибутку та задоволення потреб споживачів у ресторанному обслуговуванні та харчуванні стравами європейської кухні. В основі планування діяльності ресторану «Fabius» знаходиться формування цілей і місії підприємства. Ціллю ресторану «Fabius» є отримання прибутку, здійснення за рахунок отриманих коштів подальшого розвитку підприємства та задоволення соціальних і економічних інтересів членів трудового колективу. Місією ресторану «Fabius» є задоволення потреб жителів Мукачеве і його гостей в ресторанних послугах та формування смаків до страв та культури споживання національної кухні.

За 2024 рік в рестораном «Fabius» було обслуговано 48150 осіб, таким чином, в середньому в місяць ця цифра становить 4012 осіб.

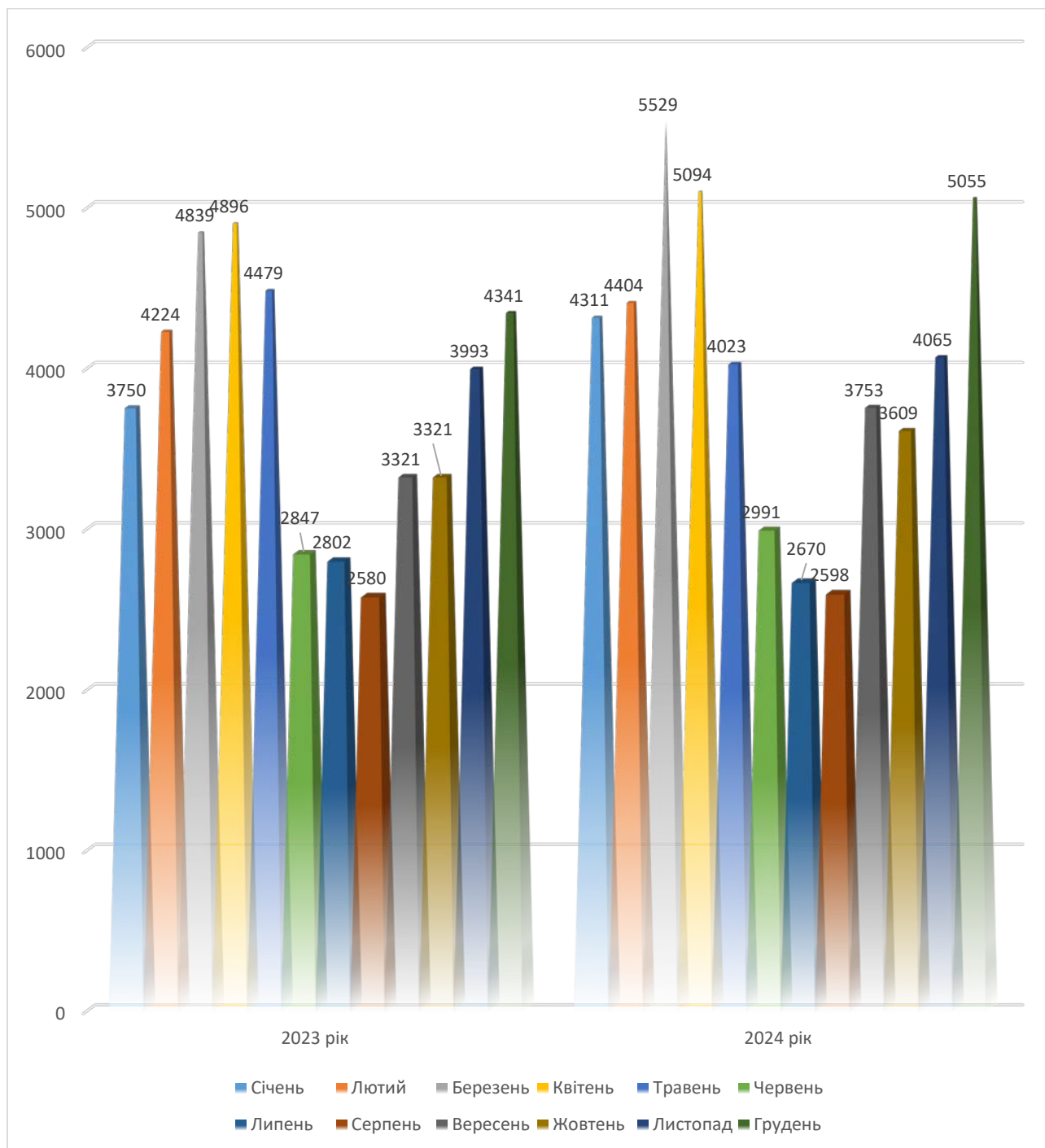


Рис.2.3. Динаміка кількості відвідувачів ресторану «Fabius» по місяцях 2023 – 2024 рр.

Найбільша відвідуваність була у березні – 5529 особи, а найменша – у серпні – 2670 осіб. В порівнянні із попереднім роком кількість обслуговуваних клієнтів ресторану зросла на 2712 особи, що становить 5,9%.

Розглянемо деякі економічні показники діяльності ресторану «Fabius» (табл. 2.1), до яких належать: пропускна спроможність ресторану, оборотність одного місяця. Ці показники розраховуються на основі визначення кількості місць,

тривалості роботи ресторану в день, часу прийому їжі одним відвідувачем, максимальної пропускної спроможності ресторану в день та інші.

Оборотність одного місця ресторану «Fabius» є досить низькою – всього 0,43 у 2023 році і 0,45 у 2024 році, отже обсяг споживачів послуг ресторану є незначною. Проте подібні тенденції є характерними і для більшості ресторанів, що зумовлено низькою платоспроможністю населення, війною та іншими причинами невизначеності.

Таблиця 2.1

**Динаміка показників ефективності роботи ресторану «Fabius»
у 2023-2024 рр.**

Показники	2023 р.	2024 р.	Відхилення
Кількість місць, місьць	180	180	-
Тривалість роботи ресторану в день, год.	11	11	-
Час прийому їжі одним відвідувачем, год.	4	4	-
Максимальна пропускна спроможність ресторану на день, місьць	360	360	-
Кількість споживачів послуг ресторану в середньому за день, осіб	155	162	-
Оборотність одного місця $\delta = 5 : 1$	0,43	0,45	0,02

Джерело : звітність ресторану «Fabius»

Для визначення фінансового результату діяльності підприємства за звітний період необхідно порівняти доходи звітного періоду і витрати, понесені для одержання цих доходів. Для визначення фінансового результату діяльності підприємства за звітний період необхідно дотримуватись принципів визначення доходів і витрат, а саме: нарахування, відповідності, періодичності. Проведемо аналіз основних показників роботи ресторану «Fabius» (табл.2.2).

**Аналіз динаміки основних показників роботи
ресторану «Fabius» за 2023-2024 роки**

Показники	2023 р.	2024 р.	Абсол. Відхил., (+,-)	Відн. Відхил., %
Чистий дохід (виручка) від реалізації послуг, тис. грн.	114320	133790	19470	17,0
Собівартість, тис. грн.	79560	98030	18470	23,2
Валовий прибуток	34760	35760	1000	2,9
Чистий прибуток, тис. грн.	5370	5600	230	4,3
Чисельність працівників, ос.	32	38	6	18,8
Кількість обслугованих клієнтів, осіб	45393	48105	2712	6,0
Рентабельність (прибутковість) ресторану, %	6,7	5,7	-1,0371	-15,4
Продуктивність праці, тис.грн./працівника	3572,5	3520,8	-51,711	-1,4
Продуктивність праці, обслуг.осіб/працівника	1418,5	1265,9	-152,61	-10,8

Джерело : звітність ресторану «Fabius»

Чистий дохід (виручка) ресторану «Fabius» становила у 2023 році 114320 тис.грн., у 2024 році – 133790 тис.грн., тобто показник зріс на 19470 тис.грн., що становить 17%. Витрати ресторану теж відповідно зросли на 18470 тис.грн (23,2%), тобто вищими темпами, ніж чистий дохід. У підсумку підприємство отримало чистий прибуток у 2023 році обсягом 5370 тис.грн., у 2024 він зріс на 4,3% і становив 5600 тис.грн., тобто зріс на 230 тис.грн., або на 4,3%.

Розглянемо показники рентабельності (прибутковість) ресторану «Fabius». Показник рентабельності підприємства показує співвідношення чистого прибутку і витрат у відсотках. Як впливає із аналізу показників рентабельності ресторан «Fabius» вони є невисокими, крім того у 2023 та 2024 роках мали тенденцію до погіршення – 6,7% та 5,7% відповідно.

Розглянемо показники продуктивності праці ресторану «Fabius». Продуктивність праці персоналу показує ефективність використання робочого часу, ресурсів та навичок працівників для досягнення поставлених цілей. Продуктивність праці у грошовому виразі зменшилася з 3572,5 у 2023 році до 3520,8 тис.грн. на 1-ого працівника у 2024 році.

Далі проведемо аналіз показників фінансової стійкості та платоспроможності. Аналіз фінансової стійкості ресторан «Fabius» здійснимо за показниками: коефіцієнту автономії, фінансової залежності, маневреності власного капіталу, концентрації залученого капіталу, поточних зобов'язань, фінансування та фінансової стабільності.

Таблиця 2.3

Аналіз фінансової стійкості ресторану «Fabius» у 2023-2024 рр.

Показники	Норма -тив	на кінець 2023 р	на кінець 2024 р	Відхилення
Коефіцієнт автономії	$> 0,5$	0,12	0,15	0,03
Коефіцієнт фінансової залежності	$\leq 2,0$	8,38	6,59	-1,79
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	$> 0,5$	-1,50	-0,66	0,83
Коефіцієнт концентрації залуч. капіталу	$\leq 0,5$	0,88	0,85	-0,03
Коефіцієнт поточних зобов'язань	$> 0,5$	1,00	1,00	0,0
Коефіцієнт фінансування	$\leq 0,5$	7,38	5,59	-1,79
Коефіцієнт фінансової стабільності	> 1	0,14	0,18	0,04

Майже усі визначені коефіцієнти фінансової стійкості (крім коефіцієнта поточних зобов'язань) ресторану «Fabius» у 2023-2024 роках не відповідають нормативу, зокрема такі коефіцієнти, як: коефіцієнт автономії, фінансової залежності, концентрації залученого капіталу, фінансування та фінансової стабільності, що говорить про фінансово нестійке її положення. Головною причиною такого стану є незначний обсяг власного капіталу та його повільне зростання.

Розрахуємо ліквідність (платоспроможність) ресторану «Fabius» (табл. 2.4). Що стосується ліквідності (платоспроможності) ресторан «Fabius» у 2023-2024 роках, то можна зробити висновок, що воно є ліквідним, оскільки усі розглянуті показники (крім загального коефіцієнта покриття (платоспроможності) у 2023 та 2024 роках) мають тенденцію до зростання та відповідають нормативу.

Аналіз показників ліквідності ресторану «Fabius» у 2023-2024 рр.

Показники	Норма- тив	на кінець 2023 р	на кінець 2024 р	Відхилення
Загальний коефіцієнт покриття (платоспроможності)	> 1	0,80	0,88	0,08
Коефіцієнт швидкої ліквідності	> 0,5	0,66	0,76	0,10
Коефіцієнт незалежної (забезпеченої) ліквідності	> 0,5	0,72	0,83	0,11
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	> 0,2	0,62	0,74	0,12
Частка оборотних активів у загальній сумі активів	за планом	0,88	0,85	-0,03

Головним чинником, що визначає фінансове положення підприємства є стан його оборотних коштів. Оборотними коштами називаються грошові ресурси, необхідні для створення виробничих запасів, авансування витрат для забезпечення безперервності процесу виробництва і реалізації продукції.

Оборотні кошти являють собою сукупність коштів, авансованих для створення оборотних виробничих фондів і фондів обігу, що забезпечують їхній безперервний кругообіг. Оборотні кошти забезпечують безперервність виробництва і реалізації продукції підприємства. Оборотні виробничі фонди вступають у виробництво у своїй натуральній формі й у процесі виготовлення продукції цілком споживаються, переносячи свою вартість на створюваний продукт. Розрахуємо ці показники та отримані результати занесемо до табл. 2.5.

Провівши аналіз оборотності оборотних активів ресторану «Fabius» можна зробити висновок, що позитивним фактором є зменшення тривалості одного періоду із 54,9 днів у 2023 році до 40,3 днів у 2024 році та збільшення коефіцієнту оборотності оборотних активів з 6,6 до 9,1 оборотів.

**Аналіз оборотності оборотних активів
ресторану «Fabius» за 2023-2024 рр.**

Показники	2023 р.	2024 р.	Відхилення
Чистий дохід, тис.грн.	114320	133790	19470
Кількість днів періоду, що аналізується	365	366	1
Середній залишок оборотних активів, тис.грн.	17230	14790	-2440
Тривалість одного обороту, днів	54,9	40,3	-14,6
Коефіцієнт оборотності оборотних активів	6,6	9,1	2,5
Коефіцієнт завантаження активів в обороті	0,15	0,11	0,0

Джерело : звітність ресторану «Fabius»

Провівши аналіз показників ефективності діяльності ресторану «Fabius», можна зробити висновок, що підприємство отримує стабільний дохід, адаптуючи страви меню та додаткові послуги до рівня платоспроможності населення.

2.3. Аналіз конкурентоспроможності ресторану

Аналіз конкурентоспроможності ресторану допомагає порівнювати рентабельність бізнесу з конкурентами, оцінюючи його фінансове здоров'я.

Основними критеріями конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства є: місце розташування, асортимент послуг, вартість послуг, рівень обслуговування, якість продукції, інтенсивність маркетингових заходів.

Прямими конкурентами ресторану «Fabius» є ресторани італійської кухні, які розташовані у мальовничих місцях на околицях Києва, реалізують концепцію заміських ресторанів для відпочинку та проведення івентів.

Розглянемо коротку характеристику ресторанів-конкурентів.

«AL FRESCO» – італійський ресторан з унікальною та багатогранною гастрономією, особливо для тих, хто любить та цінує правильну італійську кухню. Велика кількість зал різного розміру робить цей ресторан ідеальним місцем для проведення різних свят: весіль, днів народження, корпоративних подій і дружніх зустрічей. У закладі можна провести фуршет для 300 або банкет для 120 гостей, а приватні зали призначені для компаній з п'ятнадцяти осіб. Також є можливість проведення виїзних весільних церемоній, спеціальне банкетне меню та ідеальний сервіс.

В меню «AL FRESCO» знайшла відображення істинно італійська любов до задоволень і увага до деталей: свіжі салати, безліч морепродуктів і м'ясних страв, домашня паста і ризотто, страви grande, що розраховані на компанію гостей, широкий вибір десертів і велика винна карти, хліб випікають на місці. [<https://alfresco.com.ua>].

«Harvest» – заміський ресторан у оточенні лісу, що поєднує у собі вишукану авторську кухню та легку атмосферу. Головною особливістю ресторану у літню пору року є privat pool – шість приватних альтанок з обслуговуванням із ресторану, власними басейнами, шезлонгами, гамаками та lounge ліжками. Відпочинок біля басейну, наповнюється гармонією соснового лісу та повного усамітнення. Взимку – затишні та теплі зали з вітражними вікнами, що відкривають неймовірні види на неперевершені заходи сонця.

Меню «Harvest» – це авторська кухня шеф-кухаря Олександра Головачова, що поєднує мотиви італійського походження та азіатських страв. Краса цього світу – це увага до деталей, яким Олександр Головачов приділяє особливе місце в своїх гастрономічних творіннях. Вишуканим доповненням до авторського меню – обширна винна карта. Винотека ретельно підібрана позиціями з усього світу на смак найвимогливіших поціновувачів. [<https://harvest.kiev.ua>].

У таблиці 2.6 проведено дослідження конкурентних переваг «Fabius». Всі заклади мають дитячу зону та організують івенти для дітей, зокрема, кулінарні майстер-класи.

Дослідження конкурентних переваг ресторану

Критерії	Назва закладу		
	Fabius	Al Fresco	Harvest
Місце розташування / адреса	Столичне шосе, 70 м. Київ	Обухівське шосе, 6 с. Ходосівка	Обухівське шосе, 50 селище Козин
Тип кухні	італійська, авторська	італійська	італійська, азійська, авторська
Основні зони /місткість	камінна зала (до 50 осіб); панорамна тераса (до 50 осіб); балкон (до 25 осіб); банкетна зала (до 100 осіб);VIP-зала (до 12 осіб); івент-тераса (до 150 осіб)	основний зал (124 особи); зал Al Fresco (48 осіб); secret room (10 осіб); літня тераса (128 осіб); велика банкетна кімната (18 осіб); мала банкетна кімната (10 осіб)	Загальна зала (до 120 осіб); літо - приватні альтанки (6 од., до 70 осіб)
Дитяча зона	+	+	+
Басейн	-	-	+
Організація обслуговування свят / івентів	+	+	+
Основне меню / Меню сніданків	+ / +	+ / -	+ / +
Винна карта	+	-	+
Професійний сомельє	+	-	-
Дитяче меню	+	+	+
Електронне меню	+	+	+
Сироварня	+	-	-
Пекарня	+	+	-
Екотеплиця	+	-	-
Власна доставка	-	+	-
Презентація ресторану	-	+	-
Зміст та функціональність офіційного сайту	+	++	+
Організація майстер-класів для дітей	+	+	+
Середній чек, грн.	2 900	2 650	2 400

Ресторан «Harvest» має власний басейн, працює який у літній період. «AL FRESCO» пропонує власну доставку. Однак жоден з прямих конкурентів «Fabius» немає власної сироварні та екопечиці, не пропонує гостям послуги сомельє.

У таблиці 2.7 проведено порівняльний аналіз конкурентів «Fabius», «Harvest», AL FRESCO» за методом бальної оцінки. Метод бальної оцінки - це спосіб кількісного аналізу об'єктів, процесів або явищ шляхом присвоєння їм певних балів за визначеними критеріями. Використовувалися критерії, які відображають основні параметри роботи ресторанів: концепція та унікальність ресторану, якість продукту, рівень обслуговування, місцерозташування та доступність (транспортна), рівень цін (середній чек), інтенсивність маркетингових заходів (активність у соц.мережах Instagram та Facebook), відгуки та репутація. Шкала для оцінювання в діапазоні 1...10, де 1 – найменший бал, 10 – найбільший бал.

Таблиця 2.7

Конкурентний профіль ресторану «Fabius»

Показники	Ваговий коефіцієнт	Fabius		Al Fresco		Harvest	
		Оцінка	Зважена оцінка	Оцінка	Зважена оцінка	Оцінка	Зважена оцінка
Концепція та унікальність	0,05	10	0,5	9	0,45	9	0,45
Якість продукту	0,25	9	2,25	8	2	9	2,25
Рівень обслуговування	0,2	9	1,8	8	1,6	8	1,6
Місцерозташування та доступність	0,05	9	0,45	8	0,4	8	0,4
Рівень цін	0,25	7	1,75	8	2	8	2
Інтенсивність маркетингових заходів	0,1	8	0,8	10	1	8	0,8
Відгуки та репутація	0,1	9	0,9	9	0,9	7	0,7
Сума балів	1	8,45		8,35		8,2	

«Fabius» займає перше місце з 8,45 бали, що свідчить про його сильні сторони, зокрема високу якість продукту, рівень обслуговування та позитивну

репутацію. «Al Fresco» має 8,35 бали, демонструючи найбільшу активність у маркетингових заходах, що може свідчити про ефективне залучення клієнтів. «Harvest» отримує 8,2 бали, дещо поступаючись конкурентам через нижчу оцінку у категорії репутації.

На основі конкурентного профілю ресторану «Fabius» побудуємо багатокутник конкурентоспроможності (рис.2.4). Багатокутник конкурентоспроможності – графічний засіб, що дозволить оцінити становище ресторанних послуг на ринку відносно конкурентів в наглядному виді. Він складається з векторів, кількість яких визначається числом вагомих характеристик послуг, що визначаються експертним шляхом. На кожний вектор наноситься шкала, яка відповідає одиницям виміру, що стосуються конкретної властивості послуги. Оцінка якісних параметрів дозволяє також знайти їх кількісний вираз.

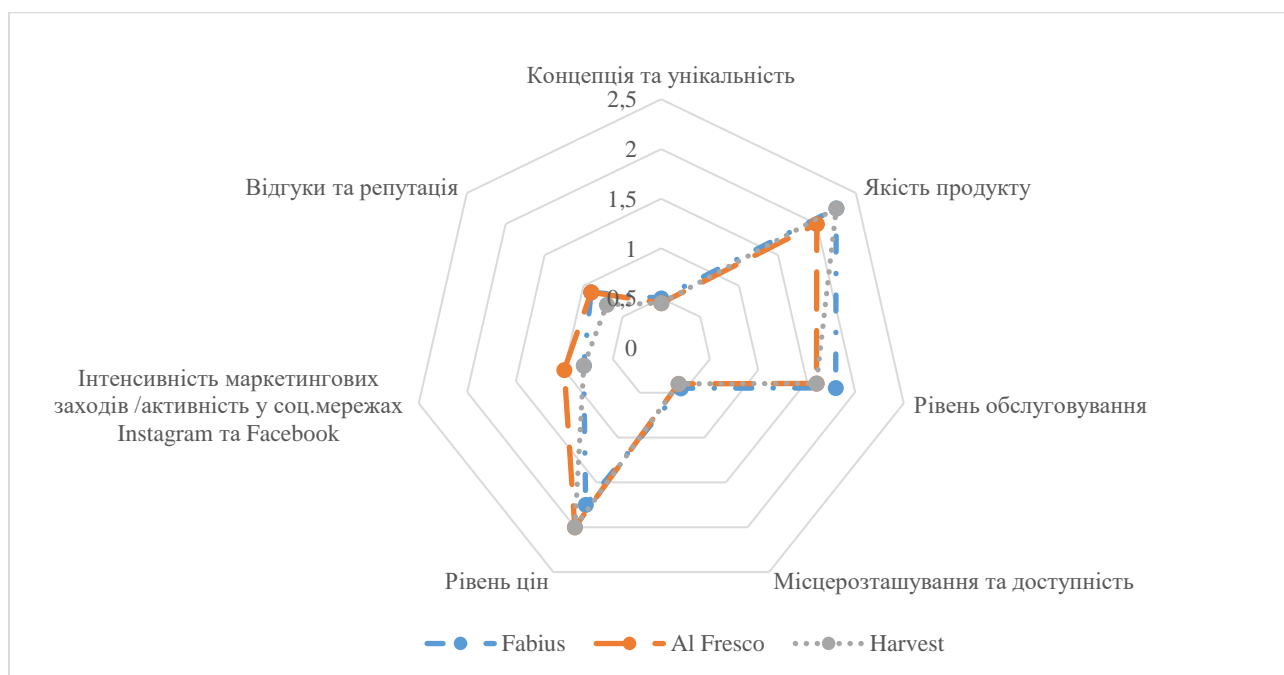


Рис.2.4. Багатокутник конкурентоспроможності ресторану «Fabius»

Найвагомішими факторами оцінки є якість продукту та рівень цін, що відповідає ваговому коефіцієнту 0,25. «Fabius» та «Harvest» отримали найвищі бали за якість продукту (9), що вказує на високу стандартизацію та відповідність очікуванням клієнтів.

Рівень обслуговування та локація ресторану: «Fabius» демонструє найкращий рівень обслуговування (9 балів), що може бути ключовим фактором у створенні позитивного клієнтського досвіду. Усі три ресторани мають схожі показники за місцезросташуванням та доступністю (8–9 балів), що вказує на їх стратегічні локації.

«Al Fresco» значно випереджає конкурентів за інтенсивністю маркетингових заходів (10 балів), що може впливати на його популярність та залучення нових клієнтів. «Fabius» та «Harvest» отримують помірні оцінки у цій сфері (8 балів), що свідчить про менш агресивну маркетингову політику.

«Fabius» має найбільш збалансовані показники, особливо у якості продукту та обслуговуванні, що робить його лідером у рейтингу. «Al Fresco» вирізняється потужними маркетинговими заходами та ціновою політикою, що може залучати більше клієнтів. «Harvest», хоч і має високі оцінки у кількох категоріях, поступається конкурентам у відгуках та репутації.

Висновки до розділу 2

Ресторан «Fabius» розташований у м. Київ, за адресою Столичне шосе, 70 (рис.2.1). Ресторан спеціалізується на авторській кухні з італійським акцентом та має власне виробництво молочних продуктів, пекарню та цех з виготовлення домашньої пасти. Екологічно орієнтована концепція ресторану включає теплицю для вирощування органічних овочів, зелені та трав, що використовуються безпосередньо у процесі приготування страв. Особлива увага в ресторані приділена екологічності та комфорту, зокрема завдяки великій кількості дерев'яних конструкцій, живих рослин та панорамних вікон.

Провівши аналіз показників ефективності діяльності ресторану «Fabius», можна зробити висновок, що підприємство отримує стабільний дохід, адаптуючи страви меню та додаткові послуги до рівня платоспроможності населення.

Аналіз конкурентоспроможності ресторану допомагає порівнювати рентабельність бізнесу з конкурентами, оцінюючи його фінансове здоров'я.

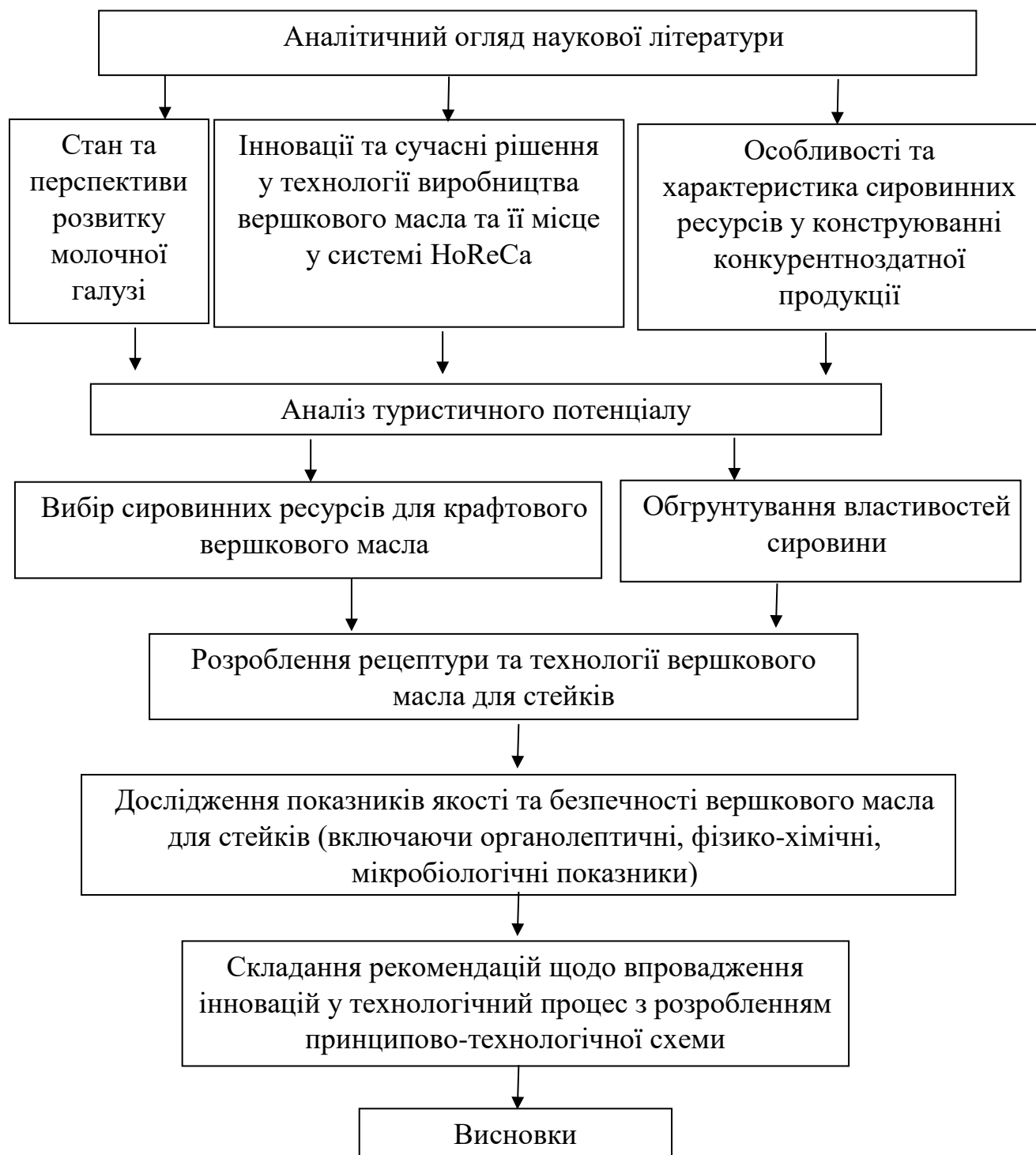
Основними критеріями конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства є: місце розташування, асортимент послуг, вартість послуг, рівень обслуговування, якість продукції, інтенсивність маркетингових заходів.

Прямими конкурентами ресторану є «Fabius» є ресторани італійської кухні, які розташовані у мальовничих місцях на околицях Києва, реалізують концепцію заміських ресторанів для відпочинку та проведення івентів, а саме: «Al Fresco», «Harvest».

За результатами побудови конкурентного профілю «Fabius» встановлено: «Fabius» займає перше місце з 8,45 бали, що свідчить про його сильні сторони, зокрема високу якість продукту, рівень обслуговування та позитивну репутацію. «Al Fresco» має 8,35 бали, демонструючи найбільшу активність у маркетингових заходах, що може свідчити про ефективне залучення клієнтів. «Harvest» отримує 8,2 бали, дещо поступаючись конкурентам через нижчу оцінку у категорії репутації.

РОЗДІЛ 3. НАУКОВО-ДОСЛІДНА ЧАСТИНА

3.1. Схема проведення наукових досліджень



3.2. Обґрунтування вибору та властивостей сировинних ресурсів за напрямом досліджень для крафтового виробництва

Вершкове масло до стейків повинно мати не лише смачний та насичений смаковий профіль, але й відповідати певним вимогам ресторанного бізнесу HoReCa. Оскільки стейк — це продукт з інтенсивним смаком і текстурою, масло повинно підсилювати та доповнювати смакові характеристики м'яса, а також не перебивати їх, а лише розкривати глибину смаку.

При складанні рецептури ми обирали інгредієнти, які забезпечують ці характеристики і підкреслять преміальний та інноваційний продукт, що підвищить конкурентоспроможність ресторану «Fabius».

Таблиця 3.1.

Рецептура крафтового вершкового масла для стейків

Компонент	Масова частка, %	Функціональне значення
Вершкове масло 82,5%	73	Основа масла, джерело жирних кислот та смаку. Вершкове масло добре поєднується з червоним м'ясом і підсилює його текстуру та смак.
Ферментований часник	5	Підсилює смак стейка, надає йому багатство смакових нот, має антиоксидантні властивості, що корисно для організму.
Копчена морська сіль	2	Додає смаку стейку, посилюючи уамі-ефект, що робить смакову картину більш глибокою.
Трюфельна олія	3	Формує розкішний аромат, багатий на поліфеноли, підкреслює делікатність стейка та його багатство смаку.
Какао-масло	8	Покращує текстуру масла, робить його більш стійким до високих температур і дає масло вишукану консистенцію, яка добре поєднується з м'ясними стравами.

Колаген гідролізований	7	Підтримує структуру білка, покращує еластичність м'яса, що дозволяє стейкам краще зберігати свою форму і структуру при обсмажуванні.
Екстракт розмарину	2	Покращує консервацію продукту, має антиоксидантні властивості, а також надає легку трав'янисту нотку, яка ідеально гармоніює з м'ясними стравами.

Вершкове масло 82,5% містить близько 65–70% насичених жирів, що ідеально поєднуються з м'ясними стравами. Вершкове масло багате на жиророзчинні вітаміни А, D, Е та К, що сприяє покращенню всмоктування поживних речовин, особливо в поєднанні з червоним м'ясом. Важливою є також його здатність стабілізувати текстуру стейка, підвищуючи його соковитість та смакову насиченість.

Часник містить органічні сполуки сірки, такі як аліцин, який є потужним антиоксидантом. Часник має природну здатність підсилювати уамі-ефект, що важливо при приготуванні м'ясних стейків, оскільки допомагає збалансувати їх глибокий та інтенсивний смак. Крім того, часник позитивно впливає на метаболізм і є корисним для серцево-судинної системи.

Копчена морська сіль має характерний аромат і смак, що додає стейкам неповторну глибину. Морська сіль багата на мікроелементи, такі як магній, кальцій і калій, які допомагають регулювати водно-сольовий баланс в організмі та покращують смакові характеристики стейка, підсилюючи ефект від спецій.

Трюфельна олія, що містить поліфеноли, забезпечує розкішний, елегантний аромат, який підкреслює преміальність стейка. Ця олія має антиоксидантні властивості, захищаючи організм від шкідливих радикалів, і робить масло до стейка не лише смачним, а й корисним для здоров'я.

Какао-масло містить стійкі жири, зокрема стеаринову кислоту, яка дає маслу особливу консистенцію, допомагаючи йому зберігати свою структуру при

високих температурах обсмажування стейка. Це масло також має антиоксидантні властивості завдяки високому вмісту флавоноїдів, що дозволяє зберігати природну свіжість продукту та покращувати його смакові характеристики.

Колаген містить основні амінокислоти, такі як гліцин та пролін, які сприяють відновленню сполучних тканин, що корисно не тільки для шкіри, але й для суглобів. Колаген також покращує текстуру м'яса, роблячи його більш м'яким і соковитим, що особливо важливо для стейків, які повинні зберігати свою еластичність після приготування.

Розмарин містить карнозолу кислоту, яка має потужні антиоксидантні та протизапальні властивості. Цей екстракт також покращує тривалість зберігання масла, перешкоджаючи його окисленню, що критично для стейкових масел [14].

Переваги розробленого крафтового вершкового масла для стейків:

1. Ідеальне поєднання смаку та текстури. Вершкове масло з ферментованим часником, копченою сіллю та трюфельною олією підкреслює смак стейка, додаючи йому глибини та багатства. Какао-масло забезпечує правильну текстуру, що дозволяє маслу зберігати свою консистенцію навіть при високих температурах.

2. Економічна вигода для ресторану. Використання інноваційного вершкового масла дозволяє створювати унікальні страви, які можуть бути представлені як преміальний продукт у меню. Це підвищує привабливість ресторану для клієнтів, які шукають нові гастрономічні враження.

3. Здоров'я клієнтів. Завдяки використанню антиоксидантів (часник, трюфельна олія, какао-масло) та колагену, масло не лише покращує смак стейка, а й приносить додаткову користь здоров'ю гостей ресторану. Зокрема, підтримує здоров'я серця, суглобів та шкіри.

4. Покращення органолептичних властивостей. Масло створює додаткові шари смаку, що робить стейк більш ароматним і ніжним, посилюючи його природні властивості. Копчена сіль та трюфельна олія роблять стейк ще більш елегантним і смачним.

Завдяки цьому унікальному поєднанню, вершкове масло для стейків стане важливим гастрономічним інструментом для підвищення конкурентоспроможності ресторану «Fabius», пропонуючи клієнтам продукт високої якості з інноваційними складовими.

3.3. Дослідження показників якості та безпечності вершкового масла для стейків

Вимоги до якості вершкового масла включають різноманітні показники, серед яких органолептичні, фізико-хімічні та мікробіологічні характеристики. Кожен із цих показників має свою важливість для забезпечення безпеки і смакових якостей масла, що використовуються для приготування стейків та інших страв у ресторанах.

У таблиці 3.2. наведені вимоги до якості вершкового масла

Таблиця 3.2

Вимоги до якості вершкового масла

Показник	Норма для вершкового масла згідно з ДСТУ 4339 : 2005
Органолептичні показники	
Зовнішній вигляд	Однорідне, без сторонніх вкраплень, без розшарувань
Колір	Світло-жовтий або кремовий, без темних плям
Аромат	Характерний для вершкового масла, без сторонніх запахів
Смак	Вершковий, помірно солоний, без гіркоти і кислоти
Текстура	М'яка, зручно розмазанна, без грудочок
Фізико-хімічні показники	
Вміст жиру	80-82%
Кислотне число	Не більше 0,8 мг КОН/г

Вміст вологи	Не більше 18%
Точка плавлення	28-34°C
Мікробіологічні показники	
Загальна кількість мікроорганізмів	Не більше 10^4 КУО/г
Кількість колиформних бактерій	Не більше 10^2 КУО/г
Патогенні бактерії	Відсутність сальмонел, листерій та інших патогенних бактерій
Кількість дріжджів та пліснявих грибів	Не більше 10^2 КУО/г

Для оцінки органолептичних показників якості крафтового вершкового масла ми попередньо приготували продукт в умовах лабораторії кафедри м'яса та м'ясних продуктів та розробили 100-бальну шкалу, де максимальний бал відповідає найвищим вимогам щодо якості продукту, а мінімальний — найгіршим характеристикам, що вказують на непридатність для споживання чи серйозні дефекти.

Шкала оцінки органолептичних показників для вершкового масла включає кілька критеріїв: зовнішній вигляд, колір, аромат, смак і текстуру. Кожен критерій оцінюється за окремою шкалою від 0 до 20 балів, а загальна оцінка складається з підсумовування балів кожного з критеріїв.

1. Зовнішній вигляд (максимум 20 балів): 20 балів — масло однорідне, без будь-яких розшарувань або вкраплень. 15 балів — деякі незначні дефекти у вигляді маленьких вкраплень або незначних розшарувань. 10 балів — присутні явні дефекти у вигляді часткових розшарувань, зламаних часток, незначних вкраплень. 5 балів — значні дефекти, розшарування та великі вкраплення, продукт виглядає неякісно. 0 балів — продукт сильно пошкоджений, не однорідний, має брудні включення.

2. Колір (максимум 20 балів): 20 балів — світло-жовтий або кремовий колір, однорідний без плям чи темних крапель. 15 балів — незначні відхилення в кольорі (наприклад, трошки темніше або світліше в окремих ділянках). 10 балів — помітні плями або зміни кольору, але масло не втрачає свій загальний вигляд. 5 балів — виражені зміни кольору або темні плями, що негативно впливають на сприйняття продукту. 0 балів — значні зміни кольору, продукт виглядає неприязно.

3. Аромат (максимум 20 балів): 20 балів — свіжий, чистий, вершковий аромат без сторонніх запахів. 15 балів — запах менш виразний, але все ще приємний. 10 балів — злегка кислий або нейтральний запах, але без відчутних дефектів. 5 балів — неприємний запах, можливі ознаки гіркоти або окислення. 0 балів — сильний неприємний запах, що робить продукт непридатним для споживання.

4. Смак (максимум 20 балів): 20 балів — чистий, кремовий, натуральний смак без будь-яких сторонніх присмаків. 15 балів — приємний смак, але з менш вираженим вершковим відтінком. 10 балів — смак менш виразний, з деякою кислинкою або іншими незначними дефектами. 5 балів — смак гіркий або з іншими явними дефектами (наприклад, відчутний смак окисленого жиру). 0 балів — сильний неприємний смак, що робить продукт непридатним для споживання.

5. Текстура (максимум 20 балів): 20 балів — однорідне, м'яке, легко намазується, без грудочок. 15 балів — злегка тверде, але все ще зручне для намазування. 10 балів — дещо тверде, з присутністю деяких грудочок або нерівномірною текстурою. 5 балів — важко намазується, має грубу текстуру або тверде. 0 балів — дуже тверде або жорстке, з великою кількістю грудочок або нерівномірною текстурою.

Результат оцінки наведено у таблиці 3.3.

**Результат органолептичної оцінки
крафтового вершкового масла для стейків**

Показник	Опис оцінки	Оцінка
Зовнішній вигляд	Колір масла кремовий, консистенція однорідна	18
Аромат	Аромат натурального вершкового масла з нотками часнику та трюфеля	20
Смак	Смак гармонійний вершковий, солоний, часниковий, з нотками трюфеля	18
Текстура	Масло м'яке, однорідне, добре розподіляється	17
Колір	Кремовий, з легким жовтуватим відтінком	19
Загалом		92

Розроблене вершкове масло отримало високі оцінки за всіма органолептичними показниками, загальна оцінка становить 92 бали з 100. Особливо відзначено баланс між натуральним вершковим смаком і новими нотками часнику та трюфеля, що додатково підсилює приємне післясмакове враження. Кольорова гама масла є характерною для якісного вершкового продукту, а його текстура дозволяє зручно наносити на стейк, не порушуючи його структуру. Підсумкова оцінка відображає високу якість продукту, що відповідає вимогам сучасних стандартів.

Для оцінки фізико-хімічних показників вершкового масла в лабораторії кафедри м'яса та м'ясних продуктів ми використали такі методи:

1. Визначення вмісту жиру (метод екстракції). Використовуємо екстракцію масла з допомогою органічних розчинників (етилловий спирт). Залишки жиру після екстракції зважуються, і обчислюється вміст жиру в зразку.

2. Визначення кислотного числа. Визначення кислотного числа проводиться шляхом титрування масла в розчині спиртового розчину калію гідроксиду з використанням індикатору.

3. Визначення вологості. Визначення вмісту води у вершковому маслі за допомогою сушіння в конвективній сушарці при температурі 105°C до постійної маси.

Результат оцінки фізико-хімічних показників наведено у таблиці 3.4.

Таблиця 3.4

**Результат оцінки фізико-хімічних показників
крафтового вершкового масла для стейків**

Показник	Отриманий результат	Норма для вершкового масла згідно з ДСТУ 4339 :2005
Вміст жиру	82,4 %	80 - 82,5%
Кислотне число	0,6 мг КОН/г	Не більше 0,8 мг КОН/г
Вміст води	16,8 %	Не більше 18%

Результати аналізу фізико-хімічних показників вершкового масла свідчать про його відповідність вимогам ДСТУ. Вміст жиру знаходиться на рівні 82,4%, що є оптимальним для високоякісного масла. Кислотне число, яке визначає рівень окислення жирових компонентів, відповідає нормі, що вказує на відсутність дефектів у процесі зберігання. Вміст води не перевищує допустимий рівень, що забезпечує стабільну текстуру та консистенцію масла. Точка плавлення відповідає нормі, що є критично важливим для збереження якості масла при приготуванні стейків.

Ці показники вказують на високу якість продукту та його придатність для використання в ресторані «Fabius» як інноваційного гастрономічного продукту для стейків, що буде сприяти підвищенню конкурентоспроможності закладу.

3.4. Рекомендації впровадження інновацій у технологічний процес згідно обраної тематики

Технологічний процес приготування вершкового масла зі спеціями та травами до стейків для ресторану «Fabius» базується на класичній методиці виготовлення збивного масла із використанням високоякісної сировини, адаптованої для умов лабораторії та з урахуванням особливостей HoReCa.

Процес починається з відбору сировини відповідно до розробленої рецептури: 82,5% становить високоякісне коров'яче вершкове масло жирністю не менше 82%, яке повинно відповідати вимогам ДСТУ 4399:2005.

Далі вводяться додаткові компоненти у таких пропорціях: 5% запеченого часнику, 3% свіжої петрушки, 3% свіжого розмарину, 2% лимонного соку, 1% подрібненого чорного перцю, 2% морської солі. Вся сировина повинна бути підготовлена до змішування – прянощі та зелень промиті, обсушені й дрібно нарізані, часник запечений при температурі 180 °С протягом 20 хвилин для досягнення карамелізації та пом'якшення текстури, лимонний сік віджатий без кісточок, перець – свіжомелений.

У лабораторних умовах процес змішування проводиться у чаші планетарного міксера з насадкою-лопаткою. Масло попередньо витримують при температурі 20–22 °С протягом 1,5–2 годин для досягнення м'якості та пластичності, що забезпечує рівномірне змішування.

Змішування проводиться у два етапи. Перший триває 2 хвилини на середній швидкості (100 об/хв), під час якого до масла вводяться сіль, перець і часник. Другий етап – ще 3 хвилини на високій швидкості (до 200 об/хв), додаються зелень та лимонний сік. Після завершення змішування отримана маса повинна бути однорідною, без видимих розшарувань, із рівномірно розподіленими компонентами (рис. 1.).

Далі масло викладається на харчову плівку та формується у рулон, герметично запаковується і охолоджується у холодильнику при температурі +2...+4 °С протягом 4–6 годин до повного стабілізування структури. За потреби

перед використанням у ресторані масло нарізається на порційні шайби товщиною 5–8 мм.

Обладнання, що використовується на кожному етапі, включає планетарний міксер, холодильник (температурний режим до +2 °С), кухонний блендер або ножі для подрібнення інгредієнтів, конвекційну піч для запікання часнику, а також базовий набір лабораторного посуду для зважування та зберігання. Особлива увага приділяється санітарній обробці обладнання та посуду перед і після приготування, згідно з вимогами НАССР та внутрішніми стандартами якості ресторану.

Завдяки збалансованому складу та чітко дотриманим параметрам приготування, отримане масло характеризується приємним ароматом, ніжною текстурою та інтенсивним смаком, що ідеально поєднується з м'ясними стравами, зокрема з яловичими стейками, забезпечуючи їх соковитість, розкриття смакових нот та збагачення смакової палітри.

Таблиця 3.5.

**Технологічна карта
крафтового вершкового масла для стейків**

Назва продукту	Крафтове вершкове масло зі спеціями до стейків
Призначення	Для подачі до гарячих страв з м'яса (стейки)
Маса нетто порції, г	20
Маса брутто порції, г	22
Строк зберігання	До 7 діб при температурі +2...+4 °С
Умови зберігання	У герметичному пакуванні у холодильнику

Таблиця 3.6.

Технологічні параметри процесу

Етап	Параметри
Витримка масла	20–22 °С, 1,5–2 год для досягнення м'якості
Змішування, етап 1	2 хв, середня швидкість (100 об/хв)
Змішування, етап 2	3 хв, висока швидкість (200 об/хв)

Запікання часнику	180 °С, 20 хв
Формування та охолодження	+2...+4 °С, 4–6 год
Зберігання готового продукту	+2...+4 °С, до 7 діб у герметичній упаковці

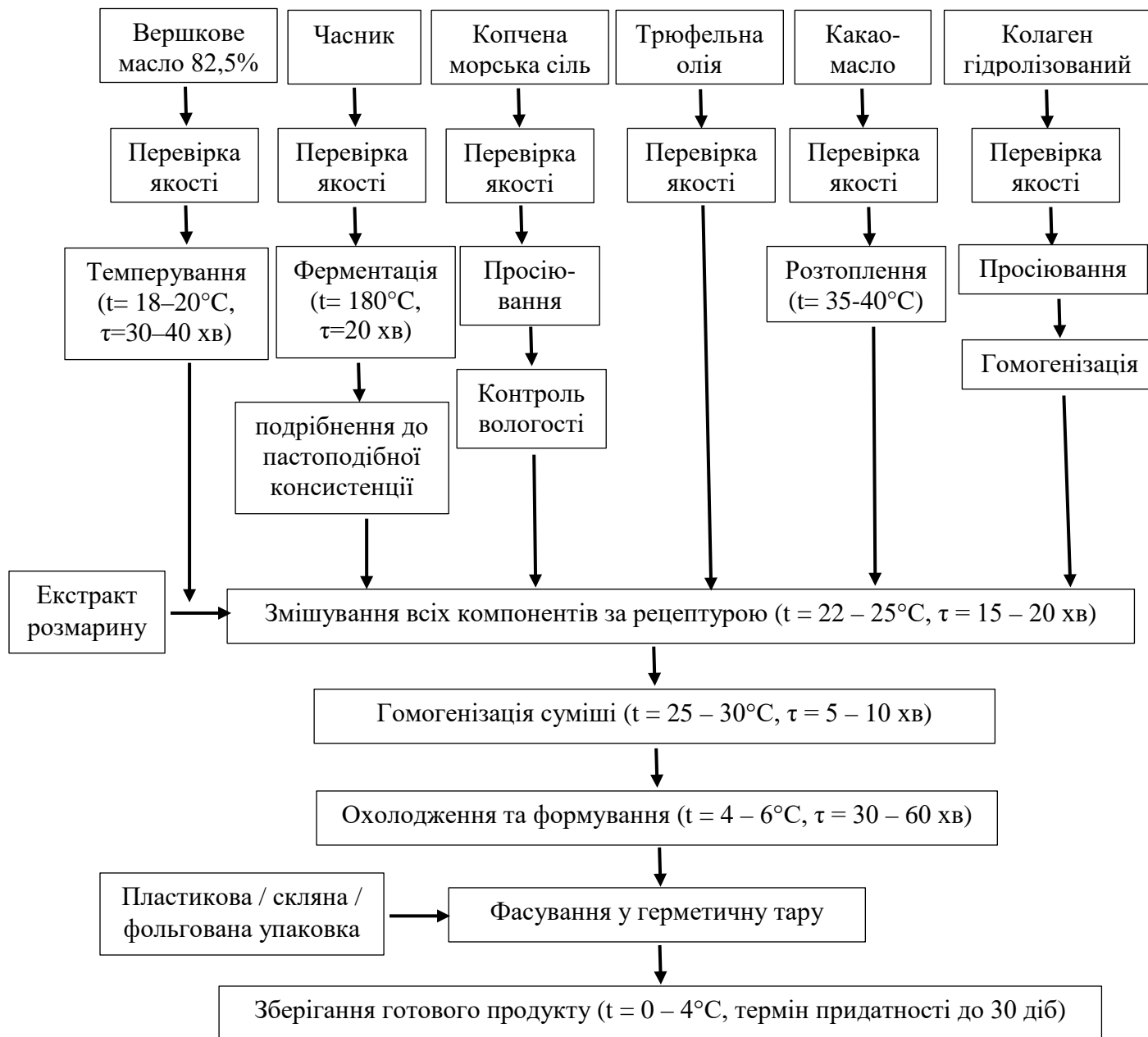


Рис. 3.1. Принципово-технологічна схема виробництва крафтового вершкового масла для стейків

Рекомендації щодо впровадження інновацій у технологію розробки вершкового масла до стейків:

1. Розробка ароматизованого вершкового масла як фінішного продукту для стейків. Створення смакових композицій на основі вершкового масла із додаванням натуральних інгредієнтів (трави, спеції, копчені продукти, ферментовані компоненти).

Приклади смакових профілів: Масло з трюфельною олією та сіллю Флер-де-сель; Масло з в'яленим часником і копченою паприкою; Масло з ферментованим лимоном та розмарином

Ароматизовані масла активують рецептори умами, що посилює смакову глибину стейка. Дослідження Vincenzo Fogliano, підтверджують ефект "flavor layering" — багаторівневе смакове сприйняття через термостійкі жири [17].

2. Виробництво масла як *mise-en-place* продукту. Масло готується партіями з вакуумуванням та шоковою заморозкою у формі порційних циліндрів. Переваги: стабільна якість, швидкість подачі (масло кладеться на гарячий стейк перед сервіруванням), мінімізація втрат.

Технологія зберігання: при -18°C до 1 міс., при $0...+4^{\circ}\text{C}$ до 5 діб.

3. Впровадження авторських *butter-pairing* карт. Створення *butter-pairing* меню до видів м'яса (рибай, філе-мінйон, томагавк тощо), де масло подається як гастрономічна особливість.

Приклади: Ribeye + масло з копченим перцем і чебрецем; Філе-мінйон + масло з білим вином та зеленою цибулею. Підтвердження ефективності згідно з дослідженням Technomic (2021), 73% гостей закладів високого сегменту очікують унікальних смакових паруваль у меню [18].

4. Використання методу "Flavor encapsulation". Впровадження мікроінкапсульованих інгредієнтів (наприклад, олії з копченого бекону, бальзамічної редуції) у масло через технологію низькотемпературного емульгування. Мікрокапсуляція сприяє стабільності летких ароматичних компонентів під час термічної обробки.

5. Інновації для підвищення конкурентоспроможності ресторану «Fabius»
Стратегія позиціонування: "Fabius Steak & Butter Lab" — маркетингова концепція, де масло = гастрономічна подія.

Формати презентації: подача масла в декоративних формах (листя, логотип ресторану, циліндри на камені), флеймування вершкового масла перед клієнтом на очах — ефект "вау", гастро-дегустації: «масло до стейків» — сет меню з дегустаційними сетами (4 види стейків + 4 види масла).

Ефективність: підвищення середнього чеку до 18–25%, згідно з даними NPD Group, 2023 для інноваційного ресторанного сегменту [19].

Висновки до розділу 3

На основі проведеного обґрунтування вибору сировинних компонентів та їх функціонально-технологічного значення, можна зробити висновок, що розроблена рецептура крафтового вершкового масла для стейків відповідає сучасним вимогам сегменту HoReCa, орієнтованого на преміальні гастрономічні продукти.

Ключовою перевагою рецептури є її інноваційність: використання ферментованого часнику, трюфельної олії, какао-масла та гідролізованого колагену підсилює як органолептичні, так і біофункціональні властивості готового продукту. Такий склад дозволяє позиціонувати масло не лише як смаковий інгредієнт, а й як функціональний харчовий продукт з антиоксидантними, структуроутворюючими та нутрицевтичними властивостями. Зокрема, какао-масло забезпечує стабільність текстури під час смаження, а колаген покращує консистенцію м'яса.

Також, розроблене масло має очевидну маркетингову цінність: трюфельна олія та копчена сіль є маркерами преміальності, які підвищують емоційну цінність продукту для кінцевого споживача. Це дозволяє ресторану «Fabius» створити нову нішу у власному меню, залучаючи гостей, що шукають нові гастрономічні досвіди, підвищуючи рівень клієнтської лояльності та готовність платити за ексклюзивність.

Відповідність якісним характеристикам згідно з ДСТУ 4339:2005, включаючи органолептичні, фізико-хімічні та мікробіологічні показники,

підтверджує безпечність та технологічну доцільність використання такого масла у професійному кулінарному середовищі.

Отже, розроблене крафтове вершкове масло для стейків має високий комерційний потенціал, відповідає трендам функціональної кулінарії та може бути успішно впроваджене як елемент стратегії гастрономічного диференціювання ресторану «Fabius». Його впровадження сприятиме не лише розширенню асортименту, а й формуванню унікального бренду кулінарної якості закладу.

РОЗДІЛ 4. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕСТОРАНУ «FABIUS»

4.1. Напрями підвищення конкурентоспроможності ресторану

Щоб відповідати запитам споживачів, ресторани мають постійно змагатися на ринку для залучення нових клієнтів та утримання постійної аудиторії.

За визначенням Європейського форуму з проблем управління, конкурентоспроможність підприємства – це реальна та потенційна можливість фірм за існуючих для них умов проектувати, виготовляти та збувати товари, що за ціновими та неціновими характеристиками є більш привабливими для споживача, ніж товари їх конкурентів [8].

Дослідження встановило, що головним чинником рішення респондентів не відвідувати ресторан є сервіс – 52,60%, тільки 20,23% критично налаштованих клієнтів ресторанів не повернуться в до них з причини високої ціни [8].

Конкурентоспроможність ресторану завжди визначають такі чинники, як якість продукції, рівень наданих послуг, професіоналізм персоналу, імідж закладу та ціноутворення. Тому конкурентна позиція закладу забезпечується високим рівнем задоволення гостей якістю продукції і обслуговування, здатністю надати послуги відповідно до очікувань споживачів.

Розглянувши Топ-5 ресторанів світу за версією «The World's 50 Best Restaurants», можна виділити головні спільні характеристики закладів, що забезпечили їм можливість досягти визнання серед світової кулінарної аристократії й стати важливою ланкою гастрономічного туризму своєї країни: акцент на національну та локальну кухні, місцеву їжу; виявлення, дослідження, сучасна інтерпретація давніх історичних рецептур страв і напоїв; інгредієнтна база – місцеві продукти (в межах «продуктової милі»). Туристи не зацікавлені в споживанні «традиційних» туристичних продуктів, а прагнуть отримати новий досвід, який дозволить їм повністю вивчити культуру та традиції місця. Завдяки тому, що історично дестинації використовували їжу як інструмент для залучення туристів, кухня вийшла за межі повсякденної рутини та стала ключовим елементом туристичного досвіду [13].

Таким чином, конкурентні переваги, які визначають успішність закладу, включають унікальні характеристики та особливості, які відрізняють його від інших учасників ринку.

Ресторан «Fabius» спеціалізується на авторській кухні з італійським акцентом та має власне виробництво молочних продуктів (сироварню), пекарню та цех з виготовлення домашньої пасти.

Для реалізації концепції ресторан приймає довгострокові рішення (стратегію діяльності), використовуючи групи правил Ansoff I. (рис.4.1). Дані правила передбачають розбудову продуктово-ринкової стратегії ресторану, що підвищує конкурентоспроможність за рахунок таких ключових напрямів як робота з ресторанним продуктом та активне просування ресторанного продукту [12].

Група правил №1. ОЦІНЮВАННЯ	Група правил №2. ВЗАЄМОВІДНОСИНИ – ЗОВНІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ
Встановлюються в процесу оцінювання результатів сьогоденної і майбутньої діяльності компанії	Взаємовідносини підприємства і зовнішнього середовища визначають, які види продукції і технології воно буде розробляти, куди і кому продавати свою продукцію, яким чином досягати переваг

	над конкурентами – продуктово-ринкова стратегія чи стратегія бізнесу.
Група правил №3. ВЗАЄМОВІДНОСИНИ – ВНУТРІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ	Група правил №4. ПОВСЯКДЕННА ДІЯЛЬНІСТЬ
Правила, за якими встановлюються відносини і процедури всередині організації – організаційна концепція	Правила за якими підприємство веде свою повсякденну діяльність – основні оперативні прийоми.

Рис.4.1. Структура і змістове наповнення дефініції «стратегія» за Ansoff I. [12]

Покращення ресторанного продукту передбачає вдосконалення асортименту страв та створення унікальних гастрономічних пропозицій, які будуть привабливими для аудиторії «Fabius». Наприклад, запровадження інноваційної технології приготування вершкового масла до стейків як гастрономічного продукту для покращення смаку і текстури страви. А також підтримка політики спрямованої на використання якісних інгредієнтів, розширення меню сезонними позиціями, авторськими стравами, стравами для дітей, людей з дієтичними обмеженнями тощо, тобто диференціації пропозиції. Невід’ємним інструментом залучення клієнтів є створення спеціальних пропозицій до святкових подій, зокрема до святкування Різдва, Нового року, Дня закоханих, Пасхи тощо.

Активне просування ресторанного продукту спрямоване на підвищення впізнаваність бренду «Fabius», залучення нових клієнтів і сформування власної аудиторію. Основними інструментами просування є діджитал-маркетинг, а саме: присутність у соціальних мережах, реклама через Google Ads, співпраця з food-блогерами та інфлюенсерами; співпраця з локальними виробниками та проведення тематичних вечорів, майстер-класів, дегустацій, інтерактивних заходів, що залучають нових гостей. Активна популяризація закладу має включати публікації статей на авторитетних гастрономічних платформах, розміщення банерів у районі місця розташування, додатково, для підтримки бренду, слід використовувати спеціалізовані форуми, фестивалі та івенти, а також центральних локаціях.

Менеджменту ресторана «Fabius» необхідно регулярно коригувати свою маркетингову політику з урахуванням змін у зовнішньому середовищі. Основними складовими цієї політики є постійний моніторинг динаміки ринку, визначення потенційного попиту та створення конкурентоспроможного асортименту.

Збалансоване поєднання покращення ресторанного продукту та активного маркетингового просування дозволить «Fabius» зміцнити свої конкурентні позиції на ринку.

4.2. Проектування автобусного туристичного маршруту з відвідуванням ресторану

Туристичний маршрут – це попередньо спланована подорож, яка включає певні географічні пункти, шляхи пересування та визначені зупинки для огляду туристичних об'єктів. Маршрути класифікуються залежно від способу пересування (пішохідні, водні, лижні, велосипедні, комбіновані, кінні), за тривалістю (короткотермінові або багатоденні), метою (пізнавальні, оздоровчі, екстремальні, спортивні), конфігурацією (кільцеві, лінійні, радіальні) та територією (місцеві, регіональні, національні, міжнародні) тощо [11].

Туристичні маршрути є зручними і доступними способами подорожувати локаціями для вивчення культури, природних та історичних пам'яток.

Ресторани у туристичних маршрутах виконують дві ключові функції:

- базову – оптимізація логістики та комфорту для туристів, адже автобусні тури часто передбачають тривалі переїзди, що повинні мати зручні зупинки, що покращує загальний комфорт маршруту, дозволяючи туристам відпочити та перекусити;

- спеціальну – забезпечення гастрономічного досвіду для туристів, які хочуть відчути атмосферу регіону через місцеву кухню, а саме: знайомство з автентичними стравами, дегустації та кулінарні майстер-класи.

Включення послуг ресторанів у туристичні програми підвищує якість туру, залучає нових споживачів і розширює гастрономічний ринок регіону. І гастрономія у XXI столітті стає частиною загального культурного занурення у подорожі.

Отже, співпраця з туристичними операторами є стратегічним кроком для ресторанів, адже вони можуть запропонувати спеціальні групові меню або знижки для туристів. Інтеграція з культурними та історичними маршрутами підвищує цінність ресторанів, що знаходяться біля музеїв, замків або природних парків, та можуть стати частиною тематичних екскурсій або дегустаційних турів. Не менш важливим фактором є можливість організувати у ресторанах інтерактивні активності — майстер-класи з приготування традиційних страв, вечори дегустації або розважальні події з локальним колоритом.

Таким чином, ресторани, що стають частиною туристичних маршрутів, отримують стабільний потік клієнтів, підвищують свою впізнаваність та зміцнюють конкурентну позицію на ринку.

Проектування туристичних маршрутів проходить у кілька етапів. Спочатку вибираються ключові точки маршруту, що включають історичні пам'ятки, природні об'єкти та гастрономічні локації. Далі розробляється логістика маршруту, зокрема розрахунок часу переїздив і зупинок, що дозволяють туристам комфортно насолоджуватися поїздкою. Важливим кроком є співпраця з партнерами — домовленості з ресторанами, музеями, готелями для формування повноцінного туристичного продукту. Після цього складається детальна програма маршруту, яка може включати екскурсії, дегустації, інтерактивні заходи. Завершальним етапом є тестування маршруту на пробних групах туристів, що дає можливість коригувати деталі та покращити загальний досвід.

Спроекуємо одноденний автобусний туристичний маршрут із відвідуванням ресторану «Fabius».

Ключові точки автобусного туристичного маршруту.

1) Державний дендрологічний парк «Олександрія» НАН України розміщено на околиці міста Біла Церква, поряд з річкою Рось. Парк належить до числа найбільших парків в Україні і має територію 400 га. Його було створено понад 200 років тому родиною землевласника, графа Франциска Ксаверія Браницького, як предмет родинної гордості та магнатської величі [9].

На території «Олександрії» знаходиться безліч ставків і водоспадів. Також через нього тече річка Рось. На озері плавають качки, які звикли до людей, тому ви зможете їх погодувати.

Парк налічує близько 2500 видів дерев і рослин. Особливу увагу привертають величезні дуби, найстаршому з яких близько 300 років. Також у парковому звіринці мешкають лисиці, вовки, білки, єноти, поні, декоративні кролики, фазани, павичі, страуси і ще багато інших тварин і птахів [6].

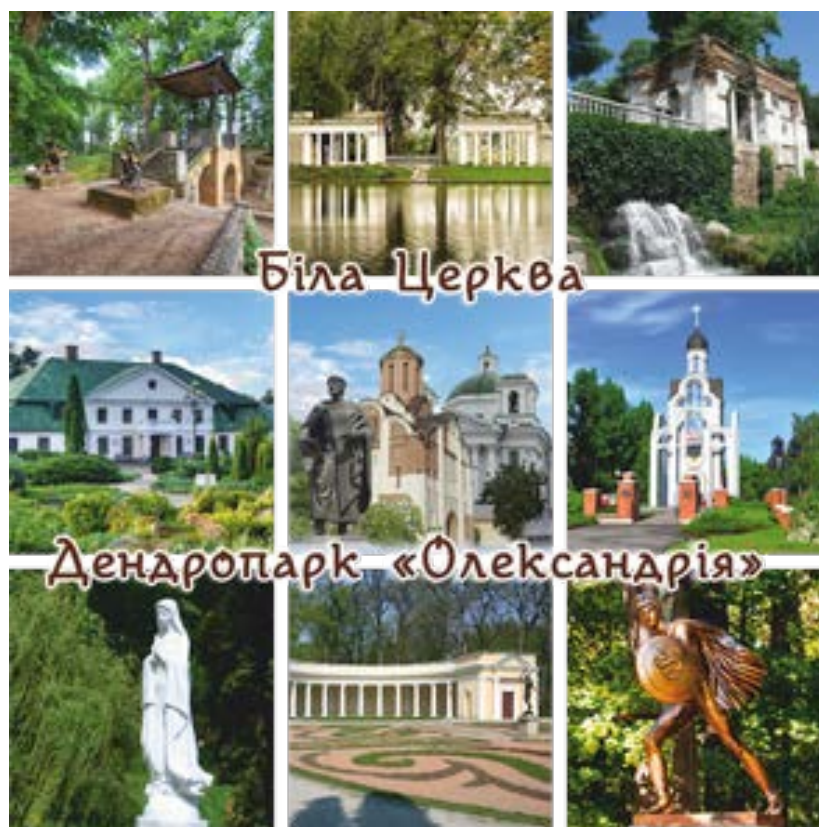


Рис. 4.2. Фото локацій Державного дендрологічного парку «Олександрія» НАН України [9]

По всій території парку розташовано безліч скульптур і зручних лавок, на яких можна відпочити. У парку можна помилуватися резиденцією родини

Браницьких – засновників парку, а також Китайським містком з красивою червоною покрівлею і двома китайськими фігурами на вході (китайського мудреця і китаянки), прогулятися по павільйонах «Ротонда», "Колонада", «Місяць» і "Руїни" [9].

Одне з найцікавіших місць парку — колонада «Відлуння». Таку назву вона отримала через те, що, коли з одного боку колонади прошепотіти щось, то з іншого боку шепіт буде звучати досить голосно. Часто біля колонади грають на різних музичних інструментах [6].

Парк «Олександрія» знаходиться в 90 км від Києва. Дорога до парку займає приблизно півтори години (рис.4.3).

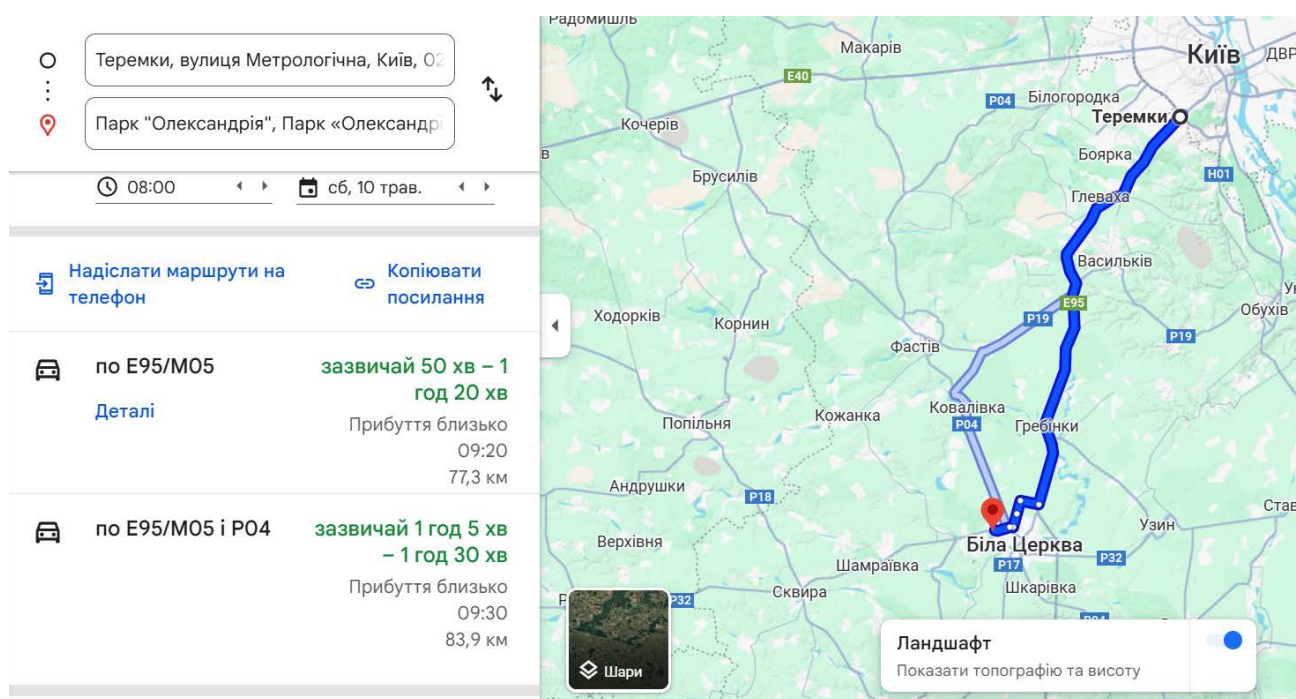


Рис.4.3. Перший етап маршруту

2) Витачів розкинувся на мальовничих пагорбах річки Дніпро. Це село вважається одним із найдавніших поселень України. Археологічні розкопки показали, що вже в 4—5 ст. н.е. тут проживали люди. Своїми пейзажами Витачів приваблює не тільки туристів, а також художників, фотографів і режисерів. Саме в цьому місці були зняті епізоди таких фільмів як «Вавилон ХХ», «Богдан-Зиновій Хмельницький», «Право на кохання» і «Поводир» [6].



Рис.4.4. Вид на Дніпро у Витачеві [6]

Вид на Дніпро у Витачеві вважається одним з найкрасивіших в Україні. На березі річки можна засмагати і купатися, рибалити, влаштувати пікнік і навіть розбити намет. Крім мальовничих місць, у Витачеві можна побачити старовинні споруди. Наприклад, дерев'яну каплицю, яка споруджена за проектом Тараса Шевченка. У цьому селі налічується близько десяти курганів. Найбільш таємничий з них — гора Красуха, найвища точка правого берега Дніпра. За словами дослідників, Красуха має потужну позитивну енергетику.

У Витачеві можна насолодитися затишною атмосферою та зробити багато гарних світлин. Найбільш вражаючі фото виходять на сході чи заході — світло сонячних променів заливає широкі води Дніпра й ніби охоплює все село [6].

Відстань від парку «Олександрія» до Витачева становить 91 км. Поїздка на машині в одну сторону займає приблизно півтори години (рис.4.5).

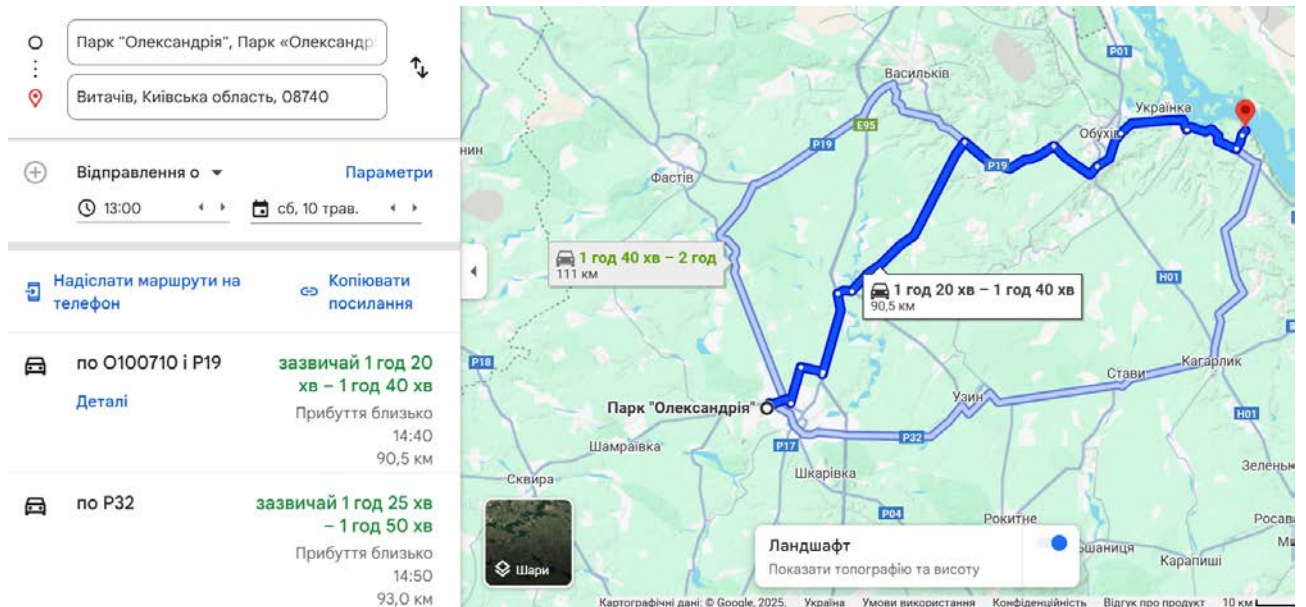


Рис. 4.5. Другий етап маршруту

3) Ресторан «Fabius» - фінальна точка маршруту (рис.4.6), який запропонує гостям вечерю з дегустацією продукції власного виробництва. Шеф-кухар складе для групи туристів спеціальне меню. За додатковою домовленістю групі можуть організувати майстер-клас. Вартість майстер-класу не входить у стандартну ціну туру.

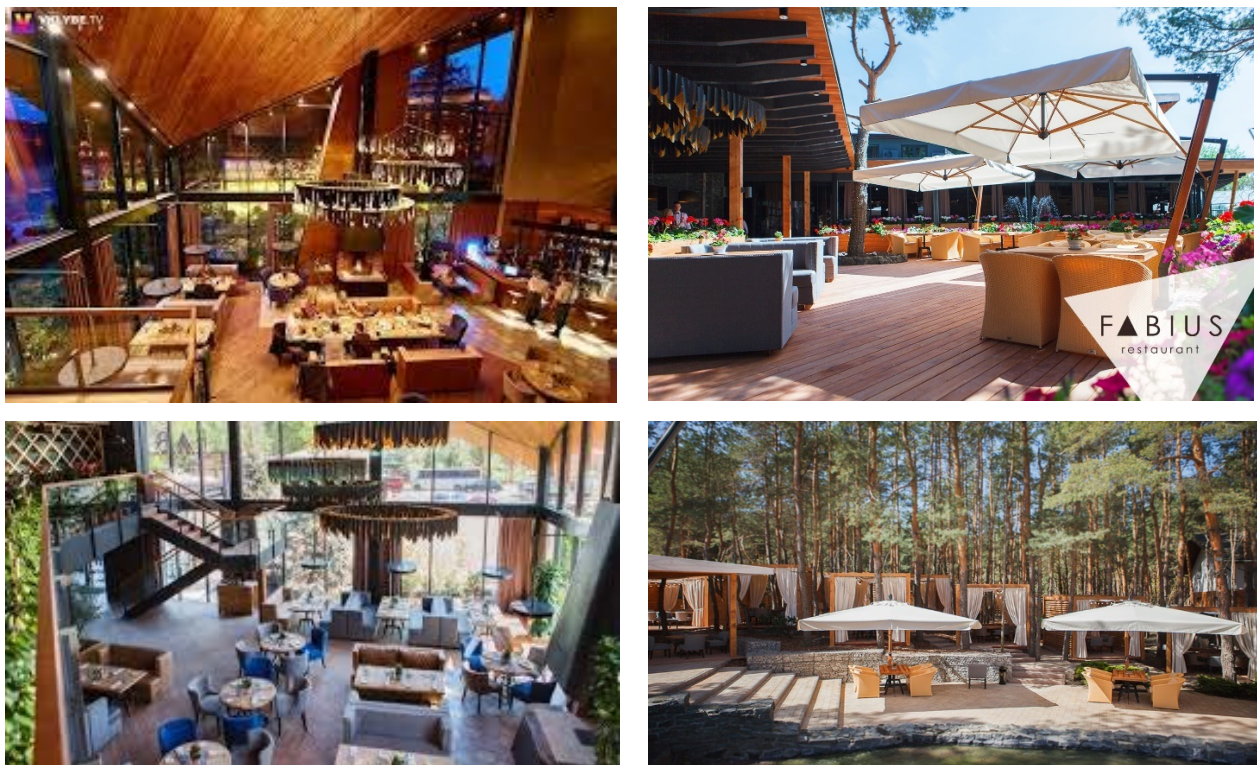


Рис.4.6. Локації ресторану «Fabius» [10]

Відстань від Витачева до ресторану складає 42 км. Поїздка на машині займе приблизно 50 хвилин (рис.4.7).

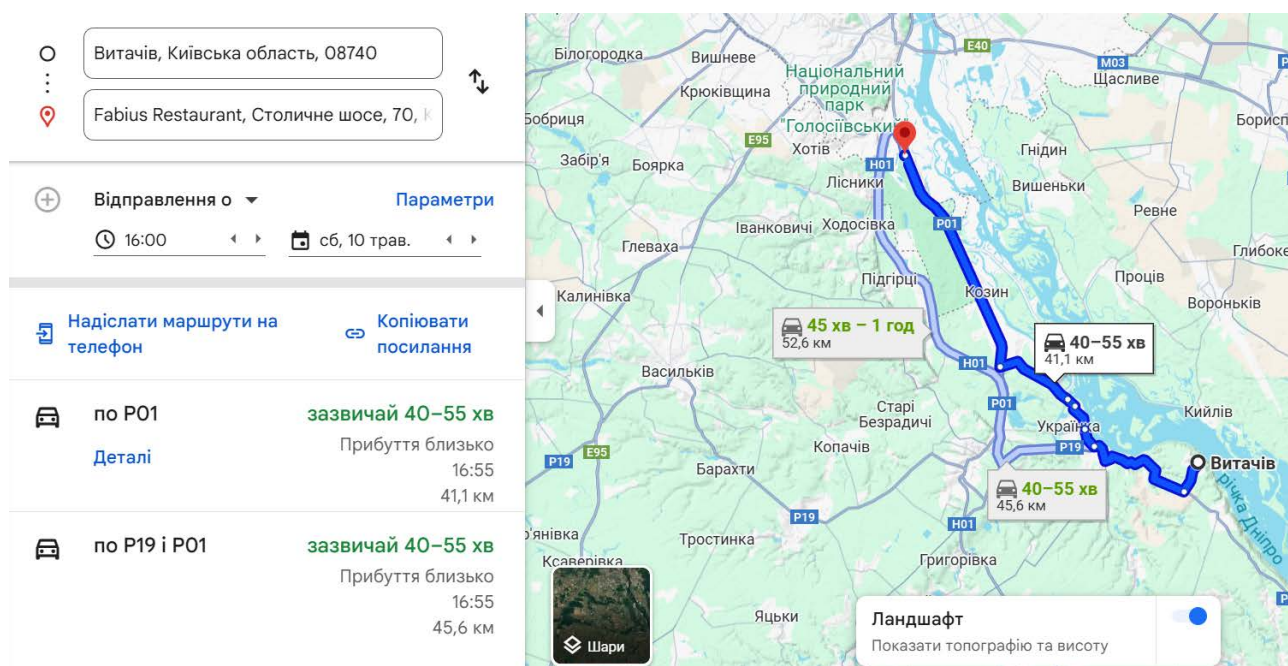


Рис. 4.7. Третій етап маршруту

Завершуватиметься маршрут у початковій точці, що передбачає трансфер з ресторану.

4.3. Обґрунтування вартості автобусного туристичного маршруту з відвідуванням ресторану

Вартість одноденного автобусного туристичного маршруту Київ – Дендропарк «Олександрія» – Витачів – ресторан «Fabius» – Київ.

Кількість осіб у групі – 16 осіб.

Програма автобусного туристичного маршруту:

08:00 – Відправлення з Теремків

09:30 – 13:00 – Екскурсія та відпочинок у Парку Олександрія

14:30 – 16:30 – Відвідування Витачева, прогулянки та фотографування

17:20 – 19:20 – Вечеря у Fabius, гастрономічний досвід

20:00 – Повернення до Теремків

Калькуляція автобусного туристичного маршруту – таблиця 4.1.

Базовий тур без майстер-класу має вартість продажу 2500 грн/особа, що враховує всі постійні та змінні витрати, а також комісію туроператора. Структура витрат включає: транспортні витрати – найбільша стаття витрат (6500 грн), гастрономічний аспект – вечеря та дегустація (10000 грн), культурні локації – відвідування дендропарку та Витачева.

Тур із майстер-класом має вартість продажу 3325 грн/особа, що пояснюється додатковими витратами на інтерактивні заходи.

Розрахуємо точку беззбитковості (Qб) для базового туру для визначення мінімальної кількості туристів, що необхідно для покриття всіх витрат.

Постійні витрати складуть 15200 грн.

Змінні витрати на одну людину: $131 + 188 + 625 = 944$ грн.

Ціна продажу на одну людину: 2500 грн.

$Q_b = 15200 / (2500 - 944) = 15200 / 1556 \approx 10$ туристів

Точка беззбитковості для базового туру складає 10 туристів.

Розрахуємо точку беззбитковості (Qм) для туру з майстер-класом.

Постійні витрати: 15200 грн.

Змінні витрати на одну людину: $131 + 188 + 625 + 625 = 1569$ грн.

Ціна продажу на одну людину: 3325 грн.

Таблиця 4.1

Калькуляція одноденного автобусного туристичного маршруту

Параметри		Вартість на групу	Вартість на одну людину
БАЗОВИЙ ТУР			
Постійні витрати	Трансфер (автобус, пальне)	6500	406
	Страховання	800	50
	Супровід гіда	4000	250
	Реклама туру	1900	119
	Додаткові витрати	2000	125
Змінні витрати	Дендропарк (вхідний квиток з екскурсією)	2100	131
	с.Витачів (з відвідуванням пекарні «Витач»)	3000	188
	Ресторан (вечеря з дегустацією)	10000	625
	Майстер-клас*	10000	625

Повна собівартість		30300	1894
Комісія туроператора	10% від повної собівартості	3030	189
Базова вартість	Ціна без ПДВ	33330	2083
Вартість продажу	Ціна з ПДВ	39996	2500
ТУР З МАЙСТЕР-КЛАСОМ			
Повна собівартість з майстер-класом		40300	2519
Комісія туроператора	10% від повної собівартості	4030	252
Базова вартість	Ціна без ПДВ	44330	2771
Вартість продажу	Ціна з ПДВ	53196	3325

* - ціна не входить у вартість базового туру

$$Q_m = 15200 / (3325 - 1569) = 15200 / 1756 \approx 9 \text{ туристів}$$

Точка безбитковості для туру з майстер-класом складає 9 туристів.

Для обслуговування групи шеф-кухар ресторану складе для групи туристів спеціальне меню. Це дозволить визначити набір страв, які можна швидко подати, оптимізуючи роботу кухні (фіксована пропозиція) та зменшить час на очікування (швидкість обслуговування). За можливості заклад зможе пропонувати спеціальну вартість на страви або напої (групову знижку). Наприклад, спеціальне меню для групи включатиме набір невеликих порцій різних страв для ознайомлення з кухнею закладу або фокусуватиметься на інноваційній страві, особливостях її приготування та подачі.

Якщо запланувати до проведення 10 турів на рік, то ресторан отримає 160 нових гостей, які можуть стати постійними клієнтами, розповсюджувати інформацію про ресторан серед знайомих та сприяти зростанню його популярності.

Співпраця ресторану з туристичним оператором забезпечить збільшення впізнаваності бренду – туристи, які вперше відвідають ресторан, можуть повернутися самостійно або порекомендувати його іншим; сприятиме росту прибутку – додатковий потік клієнтів сприяє стабільному доходу, особливо за рахунок туристичних програм.

Висновок до розділу 4

Конкурентні переваги, які визначають успішність ресторану, включають унікальні характеристики та особливості, які відрізняють його від інших учасників ринку.

Ресторан «Fabius» спеціалізується на авторській кухні з італійським акцентом та має власне виробництво молочних продуктів (сироварню), пекарню та цех з виготовлення домашньої пасти.

Для реалізації концепції ресторан приймає довгострокові рішення (стратегію діяльності), використовуючи групи правил Ansoff I. Дані правила передбачають розбудову продуктово-ринкової стратегії ресторану, що підвищує конкурентоспроможність за рахунок таких ключових напрямів як робота з ресторанним продуктом та активне просування ресторанного продукту. Співпраця з туристичними операторами є стратегічним кроком для ресторанів, адже вони можуть запропонувати спеціальні групові меню або знижки для туристів. Інтеграція з культурними та історичними маршрутами підвищує цінність ресторанів, що знаходяться біля музеїв, замків або природних парків, та можуть стати частиною тематичних екскурсій або дегустаційних турів. Не менш важливим фактором є можливість організовувати у ресторанах інтерактивні активності — майстер-класи з приготування традиційних страв, вечори дегустації або розважальні події з локальним колоритом.

Розроблено одноденний автобусний туристичний маршрут: Київ – Дендропарк «Олександрія» – Вітачів – ресторан «Fabius» – Київ. Кількість осіб у групі – 16 осіб.

Для обслуговування групи шеф-кухар ресторану складе для групи туристів спеціальне меню. Це дозволить визначити набір страв, які можна швидко подати, оптимізуючи роботу кухні (фіксована пропозиція) та зменшить час на очікування (швидкість обслуговування). За можливості заклад зможе пропонувати спеціальну вартість на страви або напої (групову знижку). Наприклад, спеціальне меню для групи включатиме набір невеликих порцій різних страв для

ознайомлення з кухнею закладу або фокусуватиметься на інноваційній страві, особливостях її приготування та подачі.

Базовий тур без майстер-класу має вартість продажу 2500 грн/особа, що враховує всі постійні та змінні витрати, а також комісію туроператора. Структура витрат включає: транспортні витрати – найбільша стаття витрат (6500 грн), гастрономічний аспект – вечеря та дегустація (10000 грн), культурні локації – відвідування дендропарку та Витачева. Точка беззбитковості для базового туру складає 10 туристів.

Тур із майстер-класом має вартість продажу 3325 грн/особа, що пояснюється додатковими витратами на інтерактивні заходи. Точка беззбитковості для туру з майстер-класом складає 9 туристів.

Співпраця ресторану з туристичним оператором забезпечить збільшення впізнаваності бренду та сприятиме росту прибутку.

ВИСНОВКИ

Ресторан «Fabius» розташований у м. Київ, за адресою Столичне шосе, 70 (рис.2.1). Ресторан спеціалізується на авторській кухні з італійським акцентом та має власне виробництво молочних продуктів, пекарню та цех з виготовлення домашньої пасти. Екологічно орієнтована концепція ресторану включає теплицю для вирощування органічних овочів, зелені та трав, що використовуються безпосередньо у процесі приготування страв. Особлива увага в ресторані приділена екологічності та комфорту, зокрема завдяки великій кількості дерев'яних конструкцій, живих рослин та панорамних вікон.

Провівши аналіз показників ефективності діяльності ресторану «Fabius», можна зробити висновок, що підприємство отримує стабільний дохід, адаптуючи страви меню та додаткові послуги до рівня платоспроможності населення.

Аналіз конкурентоспроможності ресторану допомагає порівнювати рентабельність бізнесу з конкурентами, оцінюючи його фінансове здоров'я.

Основними критеріями конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства є: місце розташування, асортимент послуг, вартість послуг, рівень обслуговування, якість продукції, інтенсивність маркетингових заходів.

Прямими конкурентами ресторану є «Fabius» є ресторани італійської кухні, які розташовані у мальовничих місцях на околицях Києва, реалізують концепцію заміських ресторанів для відпочинку та проведення івентів, а саме: «Al Fresco», «Harvest».

За результатами побудови конкурентного профілю «Fabius» встановлено: «Fabius» займає перше місце з 8,45 бали, що свідчить про його сильні сторони, зокрема високу якість продукту, рівень обслуговування та позитивну репутацію. «Al Fresco» має 8,35 бали, демонструючи найбільшу активність у маркетингових заходах, що може свідчити про ефективне залучення клієнтів. «Harvest» отримує 8,2 бали, дещо поступаючись конкурентам через нижчу оцінку у категорії репутації.

Конкурентні переваги, які визначають успішність ресторану, включають унікальні характеристики та особливості, які відрізняють його від інших учасників ринку.

Для реалізації концепції ресторан приймає довгострокові рішення (стратегію діяльності), використовуючи групи правил Ansoff I. Дані правила передбачають розбудову продуктово-ринкової стратегії ресторану, що підвищує конкурентоспроможність за рахунок таких ключових напрямів як робота з ресторанним продуктом та активне просування ресторанного продукту. Співпраця з туристичними операторами є стратегічним кроком для ресторанів, адже вони можуть запропонувати спеціальні групові меню або знижки для туристів. Інтеграція з культурними та історичними маршрутами підвищує цінність ресторанів, що знаходяться біля музеїв, замків або природних парків, та можуть стати частиною тематичних екскурсій або дегустаційних турів. Не менш важливим фактором є можливість організовувати у ресторанах інтерактивні активності — майстер-класи з приготування традиційних страв, вечори дегустації або розважальні події з локальним колоритом.

Розроблено одноденний автобусний туристичний маршрут: Київ – Дендропарк «Олександрія» – Витачів – ресторан «Fabius» – Київ. Кількість осіб у групі – 16 осіб.

Для обслуговування групи шеф-кухар ресторану складе для групи туристів спеціальне меню. Це дозволить визначити набір страв, які можна швидко подати, оптимізуючи роботу кухні (фіксована пропозиція) та зменшить час на очікування (швидкість обслуговування). За можливості заклад зможе пропонувати спеціальну вартість на страви або напої (групову знижку). Наприклад, спеціальне меню для групи включатиме набір невеликих порцій різних страв для ознайомлення з кухнею закладу або фокусуватиметься на інноваційній страві, особливостях її приготування та подачі.

Базовий тур без майстер-класу має вартість продажу 2500 грн/особа, що враховує всі постійні та змінні витрати, а також комісію туроператора. Структура витрат включає: транспортні витрати – найбільша стаття витрат (6500 грн),

гастрономічний аспект – вечеря та дегустація (10000 грн), культурні локації – відвідування дендропарку та Витачева. Точка беззбитковості для базового туру складає 10 туристів.

Тур із майстер-класом має вартість продажу 3325 грн/особа, що пояснюється додатковими витратами на інтерактивні заходи. Точка беззбитковості для туру з майстер-класом складає 9 туристів.

Співпраця ресторану з туристичним оператором забезпечить збільшення впізнаваності бренду та сприятиме росту прибутку.

Список використаної літератури та інтернет-джерел:

1. Державна служба статистики України. Виробництво молока в Україні. 2022. URL: <https://infagro.com.ua/ua/2023/02/06/v-2022-rotsi-v-ukrayini-virobleno-7-7-mln-t-moloka/> (дата звернення: 10.04.2025).
2. Асоціація HoReCa. Ринок гастрономічних інновацій в Україні. 2023. URL: <https://delo.ua/business/virucka-zakladiv-gromadskogo-xarcuvannya-ukrayini-u-drugii-polovini-2023-roku-zrosla-na-30-doslidzennya-428273/> (дата звернення: 10.04.2025).
3. Гнатенко О. І., Жук О. О., Проблеми молочної промисловості в умовах війни. Науковий вісник харчових технологій, 2023.
4. Рекомендації комітетських слухань на тему: «Молочна галузь України: стан, проблеми та шляхи їх вирішення» URL: <https://komagropolit.rada.gov.ua/documents/sluhannja/75372.html> (дата звернення: 11.04.2025).
5. У 2023 році виробництво молока зменшилося на 3.3%. URL: <https://harch.tech/2024/01/25/u-2023-rotsi-virobnitstvo-moloka-zmensilosya-na-3-3.com> (дата звернення: 11.04.2025).
6. Виробництво молока за 9 місяців скоротилося на 2,9%. URL: <https://agrotimes.ua/tvarinnitstvo/vyrobnyctvo-moloka-za-9-misyacziv-skorotylosya-na-29/> (дата звернення: 11.04.2025).
7. Молочна галузь: труднощі, перемоги та прогноз на 2023 рік. URL: <https://harch.tech/2023/02/03/molochna-galuz-oglyad-minulogo-roku-ta-prognozi-na-2023.com> (дата звернення: 11.04.2025).
8. До 2030 року виробництво молока в Україні зменшиться до 8,8 млн тонн. URL: <https://proagro.com.ua/news/ukr/22953.html> (дата звернення: 11.04.2025).
9. Деклараційний патент на винахід № 43298 А, МПК А23С 15/16 (2006.01). Спосіб виробництва вершкового масла / Гулий І. С., Рашевська Т. О., Українець А. І., Гойко І. Ю., Ільницька Л. В., Гайдамака О. А. ; заявник Український державний університет харчових технологій. – № 2001075356 ; заяв. 26.07.2001 ; опуб. 15.11.2001, Бюл. № 10

10. Патент на винахід № 6678 UA, МПК А23С 15/16 (2006.01) Спосіб виробництва вершкового масла / Українець А. І., Рашевська Т. О., Вашека О. М. ; заявник Національний університет харчових технологій. - № u 2004108763 ; заявл. 26.10.2004 ; опубл. 16.05. 2005, Бюл. № 5, 2005 р.

11. Патент 96219 UA, МПК А23С 15/02 (2006.01) Спосіб виробництва вершкового масла з наповнювачем / Українець А. І., Рашевська Т. О., Пилипенко Н. В. ; заявник Національний університет харчових технологій. - № a201005982 ; заявл. 18.05.2010 ; опубл. 10.10. 2011, Бюл. № 19.

12. Патент 95297 UA, МПК А23С 15/02 (2006.01) Спосіб виробництва вершкового масла з наповнювачем / Українець А. І., Рашевська Т. О., Махоніна М. Ю. ; заявник Національний університет харчових технологій. - № a 200900685 ; заявл. 30.01.2009 ; опубл. 25.07. 2011, Бюл. № 14.

13. ДСТУ 4339:2005. Масло вершкове. [Чинний від 2006-01-01]. Вид. офіц. Київ, 2005. 9 с.

14. Смачило О. П. "Дослідження впливу рослинних компонентів на якісні показники масла з розробленням проєкту маслоцеху". Магістерська робота, Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, 2019. URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/36921/2/dyplom_Slymak.pdf (дата звернення: 13.04.2025).

15. Галкін О. В., Тендітник В. С. "Удосконалення технології виробництва вершкового масла". Полтавський державний аграрний університет, 2023.

16. Порівняльна оцінка деяких показників якості вершкового масла. Сумський державний педагогічний університет імені А.С.Макаренка.

17. Fogliano, V. Flavor development and the role of lipids in meat cookery. Journal of Culinary Science & Technology, 2019. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0308814625005618> (дата звернення: 14.04.2025).

18. Technomic. Menu Trends in Upscale Dining. 2021. URL: <https://www.technomic.com/consumer-trend-reports/> (дата звернення: 14.04.2025).

19. NPD Group. Consumer Behavior in Foodservice: 2022-2023 report. 2023. URL: <https://www.npd.com/wps/portal/npd/us/news/press-releases/2023/consumer-behavior-in-foodservice-2022-2023-report/> (дата звернення: 14.04.2025).

20. Балацька Н.Ю. Ресторанний бізнес в умовах пандемії коронавірусу: проблеми та напрями трансформації моделей розвитку. Інфраструктура ринку. 2020. Вип.42. С.117-122.

21. Гаврилюк С., Литвинова Т. Особливості розвитку підприємництва у ресторанному бізнесі. Вчені записки Університету «КРОК», 2023. №1(65), 9–18.

22. Галинська Ю. В., Хомутенко Л. І. Перспективи розвитку ресторанного бізнесу в Україні в період пандемії. Modern Economics. 2021. № 29(2021). С. 69-74.

23. Гапоненко Г.Г., Євтушенко О.В., Шамара І.М., Холодок В.Д. Основні тенденції розвитку ресторанного господарства України в сучасних умовах. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм, (14), 2021. 132-141.

24. Гуль Я. Аналіз ринку ресторанного бізнесу в Україні під час війни. Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності : зб. тез доп. III Міжнар. наук.-практ. конф. (6 жовтня 2023 р., м. Львів). Львів : ЛДУФК імені Івана Боберського, 2023. - С. 20-22.

25. Куди поїхати з Києва: наймальовничіші місця в 100 км від столиці. URL: <https://discover.ua/inspiration/kuda-poehat-iz-kieva-samy-zivopisnye-mesta-v-100-km-ot-stolicy>

26. Мельницька Ю. 49 антикризових стратегій для просування ресторанного бізнесу. 2020. URL: <https://investory.news/49-antikrizovix-strategij-dlya-prosuvannya-restorannogo-biznesu/>

27. Нагернюк, Д., & Коваленко, Л. Формування конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства. *Економіка та суспільство*, 2021. (31). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-31-24>

28. Офіційний сайт Державного дендрологічного парку «Олександрія»

НАН України. URL: <https://www.alexandria-park.com.ua/>

29. Офіційний сайт ресторану «Fabius» URL: <https://fabius.com.ua/pro-restoran/>

30. Про туристичний маршрут. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%D0%BC%D0%B0%D1%80%D1%88%D1%80%D1%83%D1%82

31. Церклевич В.С., Діль А.В., Блаута А.В., Діль М.В. Інноваційні компоненти стратегії просування ресторану регіональної кухні // Трансформаційна економіка № 3 (03), 2024.- С. 61-69.

32. The World's 50 Best Restaurants». *Ресторатор*. 2021. URL: <https://www.theworlds50best.com.list/1-50>

Додатки

УДК 637.2:637.521.4

РОЗРОБКА ТЕХНОЛОГІЙ ВЕРШКОВОГО МАСЛА ДО СТЕЙКІВ ЯК ІННОВАЦІЙНОГО ГАСТРОНОМІЧНОГО ПРОДУКТУ

Чернюшок О. А., к.т.н, Копитко О.В, магістрант

Національний університет харчових технологій (НУХТ), м. Київ, Україна

Інновації у технології виробництва вершкового масла відіграють ключову роль у розвитку галузі HoReCa, сприяючи створенню продуктів з покращеними функціональними властивостями, збагачених біологічно активними компонентами та адаптованих до сучасних споживчих потреб. В Україні та за кордоном науковці активно працюють над удосконаленням рецептур і технологічних процесів виробництва вершкового масла, впроваджуючи нові інгредієнти та методи обробки, що дозволяє розширити асортимент продукції та підвищити її якість.

В Україні значний внесок у розвиток інновацій у виробництві вершкового масла зробили науковці Національного університету харчових технологій. Зокрема, було розроблено способи збагачення масла пектином, що покращує його консистенцію та надає додаткових функціональних властивостей. Інші дослідження спрямовані на використання інуліну, який не лише покращує текстуру продукту, але й сприяє нормалізації мікрофлори кишечника [1].

Крім того, вчені досліджують можливості додавання до вершкового масла різноманітних рослинних компонентів, таких як стевія, цикорій, льон, мед та квітковий пилок. Такі добавки не лише збагачують продукт біологічно активними речовинами, але й надають йому лікувально-профілактичних властивостей, що є актуальним для споживачів, які піклуються про своє здоров'я.

У міжнародній практиці також спостерігається тенденція до вдосконалення технологій виробництва вершкового масла. Зокрема, вчені з різних країн працюють над розробкою методів зменшення вмісту насичених жирів у продукті, використанням ферментативних процесів для покращення смакових характеристик та застосуванням новітніх технологій обробки, таких як високотемпературна короткочасна пастеризація та ультразвукова обробка.

У системі HoReCa інноваційні види вершкового масла можуть використовуватись для створення унікальних гастрономічних продуктів, таких як ароматизовані масла для стейків, соуси та десерти [2,3]. Збагачення масла функціональними інгредієнтами дозволяє не лише покращити смакові якості страв, але й надати їм додаткової цінності з точки зору здоров'я споживачів.

У системі HoReCa, де якість і стабільність продуктів є критичними, вершкове масло відіграє ключову роль у формуванні смакових характеристик страв. Основною сировиною для виробництва вершкового масла є коров'яче молоко та його похідні, зокрема вершки.

Згідно з ДСТУ 4339:2005, вершкове масло повинно виготовлятися виключно з коров'ячого молока або продуктів його переробки, без додавання сторонніх жирів.

Якість сировини безпосередньо впливає на органолептичні властивості готового продукту, його стабільність та безпечність. Вимоги до сировини регламентуються низкою стандартів, які визначають допустимі показники якості та безпеки. Наприклад, вершки, що використовуються для виробництва масла, повинні мати масову частку жиру не менше 35%, бути пастеризованими та відповідати вимогам щодо мікробіологічної чистоти.

Крім того, сировина повинна бути вільною від сторонніх запахів і присмаків, мати однорідну консистенцію та відповідати встановленим фізико-хімічним показникам. Використання високоякісної сировини забезпечує отримання вершкового масла з оптимальними смаковими характеристиками, стабільною текстурою та тривалим терміном зберігання, що є особливо важливим для закладів HoReCa, де консистенція та смак продукту мають вирішальне значення. Дотримання вимог стандартів також гарантує безпечність продукту для споживачів.

Література.

1. Патент на винахід № 6678 UA, МПК A23C 15/16 (2006.01) Спосіб виробництва вершкового масла / Українець А. І., Рашевська Т. О., Вашека О. М. ; заявник Національний університет харчових технологій. - № u 2004108763 ; заявл. 26.10.2004 ; опубл. 16.05. 2005, Бюл. № 5, 2005 р.

2. Чернюшок, О. А. Вершкове масло з наповнювачами приваблива сировина для HoReCa / О. А. Чернюшок, О.В. Копитко, О. В. Ризун // Промисловість та крафт для HoReCa в туризмі: досвід, проблеми, інновації : II Міжнародна науково-практична конференція, 23-24 травня 2024р., м. Київ. – Київ : НУХТ, 2024. – С. 65-67

3. Raw materials for the production of dairy products / О. Chernyushok, О. Корутко, О. Ryzun, М. Yakuts // Інноваційні підходи в промисловому та крафтовому виробництві: виклики та можливості : програма та матеріали II-го форуму, 17-18 жовтня 2024 р., м. Київ. – Київ : НУХТ, 2024. – С. 39–40.

Чернюшок О. А., Копитко О.В. НУХТ, м. Київ, Україна Розробка технології вершкового масла до стейків як інноваційного гастрономічного продукту

Використання сиру сулугуні для розширення асортименту м'ясних напівфабрикатів у тістовій оболонці

Анна Односум, Анастасія Баранцева, Олександр Копитко, Ольга Чернюшок

Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна

Вступ. М'ясні напівфабрикати залишаються затребуваними серед споживачів завдяки їхній доступності незалежно від рівня доходу. В Україні найбільш популярною категорією таких виробів є пельмені, рецептурний склад яких варіюється залежно від уподобань покупців. Особливий інтерес викликає застосування сировини з багатим хімічним складом у рецептурі. Тому дослідження можливості збагачення м'ясних напівфабрикатів, зокрема пельменів, з використанням сиру сулугуні є актуальним напрямом удосконалення технологій виробництва.

Матеріали і методи. Дослідження виконано за використання загальнонаукових методів: узагальнення, порівняння, аналітичного та системного аналізу

Результати досліджень. Сулугуні – це традиційний грузинський розсільний сир, який має щільну еластичну структуру та виражений молочний смак із легкою Килинкою. Він добре плавиться, що дозволяє створювати соковиту та ніжну консистенцію у готових виробів, зокрема м'ясних напівфабрикатів у тістовій оболонці. Завдяки своїм властивостям сулугуні може використовуватися у виробництві різноманітних м'ясних напівфабрикатів у тістовій оболонці, таких як чебуреки, самса, пірижки, слойки, м'ясні рулети та інші вироби.

Переваги використання сиру сулугуні

Використання сулугуні в таких продуктах дозволяє досягти кількох переваг:

- Сир надає додаткову соковитість та підсилює смаковий профіль м'ясної начинки.
- Завдяки високому вмісту білка та кальцію, він підвищує харчову цінність продукту.
- Розширення асортименту продукції, орієнтованої на споживачів, які віддають перевагу незвичним, але гармонійним поєднанням.

Використання сулугуні у складі м'ясних напівфабрикатів відповідає тренду на унікальні та якісні продукти. Споживачі дедалі частіше надають перевагу продуктам із натуральними інгредієнтами, а також варіантам із додатковими смаковими характеристиками. Виробники, які впровадять нові рецептури з сулугуні, можуть отримати конкурентну перевагу на ринку.

Висновок. Використання сулугуні в м'ясних напівфабрикатах у тістовій оболонці є перспективним напрямом розвитку харчової галузі. Це дозволяє не лише урізноманітнити асортимент продукції, а й покращити її смакові та харчові властивості. Враховуючи зростаючий попит на інноваційні харчові рішення, застосування сулугуні може стати ефективним способом підвищення конкурентоспроможності виробників м'ясних напівфабрикатів.

Література:

1. Чернюшок, О. А. Дослідження фізико-хімічних показників пельменів із сиром сулугуні та сироваткою / О. А. Чернюшок, І. Ю. Шевченко, Ю. В. Бірюк // Інноваційні технології та перспективи розвитку м'ясопереробної галузі : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 24 листопада 2020 р. – Київ : НУХТ, 2020. – С. 117.
2. Мельник, І. Роль крафтових сирів у гастро-туризмі України / Ірина Мельник, Олександр Архіпчук, Ольга Чернюшок // Промисловість та крафт для NoReCa в туризмі: досвід, проблеми, інновації : програма та матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 23-24 травня 2023 р., м. Київ. – Київ : НУХТ, 2023. – С. 209-211
3. Чернюшок, О. А. Ринок м'ясних напівфабрикатів України та можливості розширення їх рецептурного складу / О. А. Чернюшок, І. Ю. Шевченко, Ю. В. Бірюк // Інноваційний розвиток готельно-ресторанного господарства та харчових виробництв : І Міжнародна науково-практична інтернет-конференція, 24 квітня 2020 р. - Кривий Ріг : ДонНУЕТ, ім. М. Туган-Барановського, 2020. - С. 144-145.

ВИКОРИСТАННЯ СПОСОБУ CLEAN SMOKE У ТЕХНОЛОГІЇ М'ЯСНИХ ПРОДУКТІВ

Копитко Олександр Володимирович

Якуц Марія Миколаївна

здобувачі вищої освіти Навчально-наукового інституту харчових
технологій

Національний університет харчових технологій

Науковий керівник: Чернюшок Ольга Анатоліївна

ORCID ID: [0000-0001-7384-3170](https://orcid.org/0000-0001-7384-3170)

канд. техн. наук, доцент, доцент кафедри технології м'яса і м'ясних
продуктів

Національний університет харчових технологій

Україна

***Анотація.** В роботі представлено дослідження використання сучасної технології коптіння Clean Smoke та застосування її в технології м'ясних продуктів, зокрема продукції з м'яса птиці. Проаналізовано переваги використання даного методу порівняно з традиційними методами коптіння. Встановлено, що сучасна технологія коптіння дозволяє суттєво підвищити якість і безпеку м'ясних продуктів. Розроблено інноваційні технології виробництва м'ясних продуктів, які відповідають сучасним вимогам здорового харчування, завдяки зменшенню утворення небажаних сполук під час коптіння.*

Важливу роль у забезпеченні населення якісними та біологічно цінними харчовими продуктами відіграє м'ясопереробна промисловість. Дефіцит білків у харчуванні населення є актуальною проблемою в сучасному світі. Заглиблюючись у складність харчування та його вплив на здоров'я, можна з

упевненістю стверджувати, що адекватне споживання білка є критично важливим для загального добробуту людей.

Білки слугують основою життя, виконуючи ключову роль у численних фізіологічних процесах. Вони відповідають за ріст, відновлення і підтримку тканин, а також за синтез ферментів, гормонів і антитіл. Недостатнє споживання білка може викликати порушення росту та розвитку, зниження імунної функції, сповільнене загоєння ран, втрату м'язової маси та підвищену вразливість до інфекцій і захворювань. Окрім того, дефіцит білка може мати серйозні наслідки для вразливих категорій населення, таких як діти, вагітні жінки та літні люди.

У сучасних умовах, коли якість харчування населення перебуває під загрозою через різні чинники, важливо знайти ефективні методи консервування м'ясної продукції. Одним із таких методів є коптіння, який не лише підвищує термін зберігання продуктів, але й надає їм унікального смаку та аромату.

Коптіння, як традиційний спосіб обробки м'яса, має багато переваг. Цей процес не лише консервує продукцію, але й зберігає її поживні властивості. Використання різних видів деревини для коптіння дозволяє досягти різноманітних смакових характеристик, що робить продукцію більш привабливою для споживачів. Окрім цього, коптіння може знижувати кількість патогенних мікроорганізмів, що покращує безпечність готової продукції.

У сучасному світі спостерігається зростаючий інтерес до якості та безпеки харчових продуктів, що зумовлено змінами в споживчих уподобаннях та вимогами до здорового способу життя. Коптіння є однією з традиційних технологій обробки м'яса, яка не лише підвищує смакові властивості продуктів, але й має консервуючий ефект. Однак традиційні методи коптіння часто супроводжуються виділенням небажаних речовин, що може негативно впливати на здоров'я споживачів.

Метод "Clean Smoke", який забезпечує коптіння з мінімальним утворенням токсичних компонентів, є інноваційним підходом у виробництві м'ясних

продуктів. Використання цього методу дозволяє зберегти натуральні смакові якості м'яса та знизити ризик негативного впливу на здоров'я. У зв'язку з цим, дослідження впровадження Clean Smoke у технологічні процеси є надзвичайно актуальним.

Виробники м'ясних продуктів в Україні, мають можливість реалізувати інноваційні технології, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках. Дослідження методів і технологій, які забезпечують якість харчових продуктів, є необхідним кроком до впровадження стандартів сучасного харчування.

Отже, актуальність даної роботи полягає в можливості інтеграції сучасних технологій у виробництво м'ясних продуктів, що відповідають вимогам споживачів і нормам безпеки, а також в дослідженні потенціалу "Clean Smoke" для покращення технологічних процесів.

Метою даного дослідження є впровадження способу "Clean Smoke" у технології виробництва м'ясних продуктів з метою покращення якості та безпеки продукції. Дослідження ґрунтується на оптимізації процесів коптіння, що дозволяє зберегти натуральний смак та аромат м'яса, водночас зменшуючи ризики для здоров'я споживачів.

Відповідно до поставленої мети та на основі аналізу літературних джерел, визначено наступні завдання:

- теоретично обґрунтувати доцільність використання технології "Clean Smoke" у виробництві м'ясних продуктів шляхом аналізу та узагальнення патентних і наукових джерел;
- вивчити вплив технології "Clean Smoke" на органолептичні та фізико-хімічні властивості м'ясних продуктів;
- провести порівняльний аналіз традиційних та інноваційних методів коптіння з акцентом на безпеку та якість готової продукції;

- обґрунтувати вибір сировини для коптіння, що відповідає вимогам технології “Clean Smoke”;
- розробити технологічну карту виробництва м'ясних продуктів з використанням Clean Smoke, враховуючи оптимальні параметри процесу;
- вивчити вплив параметрів технології “Clean Smoke” на термін зберігання та безпечність м'ясних виробів.

Технологія Clean Smoke відноситься до інновацій в процесах коптіння і є величезним кроком попереду традиційного копчення. Завдяки цьому інноваційному процесу копчення можна не лише виробляти безпечні та здорові продукти, але водночас можна покращити навколишнє середовище та покращити умови роботи в коптильнях. Особливо для малих і середніх підприємств (МСП) коптіння стане стійким лише таким чином. Також тому, що результат копчення порівняний із звичайними спеціальними копченнями без будь-яких скорочень[1].

Виробники Clean Smoke, виробники харчових продуктів і роздрібні продавці, виробники сучасних коптилень, дослідницькі інститути, галузеві асоціації та неурядові організації хочуть працювати разом, щоб зробити копчення перспективним. При цьому куріння, яке високо цінується споживачами, приведено у відповідність до сучасних вимог сталого розвитку та здорового харчування. Члени вважають себе партнерами галузі по всій Європі та хочуть прокласти шлях для CleanSmoke на рівні ЄС [1,2].

Завдяки технології Clean Smoke (Чисте коптіння) процес копчення продуктів харчування є стабільним, більш екологічним, менш витратним, позбавленим від таких шкідливих компонентів як зола, дьоготь, канцерогени (поліциклічні ароматичні вуглеводні, або ПАВ). Для забезпечення споживачів перевагами продукції, що вироблена за технологією “Чистого копчення”, Коаліцією Clean Smoke була розроблена та впроваджена відповідна етикетка, що застосовується для якісних та нешкідливих копчених продуктів [2,3].

Clean Smoke – це надійна альтернатива звичайному копченню у всіх відношеннях. Конденсати диму, що використовуються для технології Clean Smoke, перед контактом із продуктами проходять ретельне очищення і тому не містять шкідливих компонентів (зола, дьоготь, ПАР). В цьому інноваційному процесі копчення всі параметри такі як час, температура, вологість, швидкість циркуляції повітря схожі із умовами звичайного процесу. Тому дана технологія зберігає такі важливі характеристики як смак, колір та термін придатності [1].

Для технології Clean Smoke не треба вирубувати дерева: використовується звичайна тирса з деревообробних підприємств. Спочатку ми отримуємо дим з тліючої тирси за контрольованих умов піролізу. Цей дим осаджується звичайною питною водою, яка потім проходить декілька етапів сепарації/фільтрації та позбавляється таких шкідливих компонентів як зола, дьоготь, канцерогени (ПАР). Таким чином отримуємо очищений конденсат диму на водній основі. Для копчення продукції цей конденсат диму розпилюється через димогенератор - атомізатор за допомогою стисненого повітря та утворюється стабільна димна хмара.

Важливою перевагою технології “Чисте копчення” є те, що ніякі небажані речовини звичайного диму не потрапляють на харчову продукцію, тому що шкідливі компоненти (зола, дьоготь, канцерогени) відфільтровані завдяки багаторазовій сепарації/фільтрації при виробництві базових конденсатів диму. Це пояснює, чому ЄС беззаперечно підтримує використання конденсатів диму у своїй Директиві (EU Regulation 2065/2003) [2,3,4].

Виробники, що використовують “Чисте копчення”, можуть створити значно більш насичений та яскравий аромат диму. Крім того, як із композицією спецій, поєднання різних сортів деревини створює дим, що є більш вишуканим, ніж звичайний. Окрім смаку та аромату, копчення забезпечує зберігання продукції. Харчові продукти, виготовлені за технологією “Чисте копчення”, мають ті ж термін зберігання, як і при звичайному процесі.

Розробка обґрунтування технології виробництва копчених виробів за технологією Clean Smoke полягала у виробництві копченого філе або стегна курячого з використанням даної технології. Технологія виробництва складається з технологічних операцій: підготовка сировини, підготовка розсолу, ін'єктування, тумблювання, формування, термічне оброблення, охолодження, формування і пакування.

Всі процеси, від підготовки сировини до упаковки, контролюються на кожному етапі, що дозволяє гарантувати безпеку та відповідність стандартам якості.

Перш за все, сировина – м'ясо птиці – повинна бути підготовлена. Вона охолоджується до температури 4...6°C і очищається від пір'я, пеньків і сторонніх часток. Це дуже важливий етап, оскільки якість м'яса безпосередньо впливає на смакові характеристики та безпеку кінцевого продукту. Після цього сировину зважують відповідно до встановлених норм, і вся необхідна інформація заноситься до контрольного листа. Температура сировини не повинна перевищувати 6°C, щоб уникнути ризику розвитку бактерій.

Для приготування м'яса птиці потрібен розсіл, який готується відповідно до технологічних вимог. На кожні 10 кг сировини потрібно 3 літри розсолу. Розсіл готується шляхом розчинення спецій і добавок у воді, після чого до суміші додається лід для охолодження, щоб температура не перевищувала 2°C. Важливо, щоб розсіл був готовий і використаний протягом 12 годин, оскільки після цього терміну він втрачає свої властивості. Після приготування розсолу, його перевіряють на відповідність стандартам, щоб забезпечити належну якість кінцевого продукту.

На наступному етапі сировина ін'єктується розсалом за допомогою спеціального ін'єктора. Після першої ін'єкції, коли кількість розсолу, що потрапив у сировину, перевірена і задовільна, знижується швидкість конвеєра, щоб забезпечити належну кількість розсолу. Це дозволяє досягти бажаного вмісту вологи в м'ясі. Сировина проходить два етапи ін'єкції, що дозволяє

досягти рівномірного засолювання і гарного збереження вологи під час термічного оброблення.

Після ін'єкції м'ясо птиці потрапляє в тумблер, де її обробляють під вакуумом. Це сприяє більш рівномірному розподілу розсолу по всій м'ясній масі, а також допомагає покращити текстуру м'яса. Тумблювання триває від 60 до 120 хвилин, після чого сировина зважується, і будь-який залишковий розсіл додається до м'яса. Після цього м'ясо переміщається в термокамеру, де його зберігають до 24 годин перед подальшим термічним обробленням.

Перед тим, як м'ясо птиці потрапить до термокамери для копчення, її викладають на спеціальні решітки, розміщуючи максимально компактно, щоб мінімізувати контакт з іншими шматками та стінками камери. Це дозволяє забезпечити рівномірне прогрівання і правильний процес копчення.

Термічна обробка м'яса птиці проходить у кілька етапів. Спочатку м'ясо птиці прогривається в камері, де підтримується температура 55°C протягом 10 хвилин. Потім продукт сушать до 40°C в товщі найбільшого шматка м'яса, перевіряючи температуру в середині м'яса, щоб уникнути недосушування. Далі м'ясо птиці коптиться в камері за допомогою димогенератора при температурі 65°C впродовж 30 хвилин. Якщо під час копчення з'являється волога, димогенератор вимикають, і м'ясо просушують вручну, щоб досягти бажаного матового вигляду.

Після копчення м'ясо птиці проходить процес варки. Продукція зберігається при температурі 78°C, досягнувши температури 72°C в товщі м'яса. Після цього продукт варять ще 5 хвилин для досягнення рівномірного прогріву. Після варки м'ясо птиці знову проходить сушку в ручному режимі, після чого його охолоджують до 8°C, щоб припинити процес термічного оброблення.

Останнім етапом є упаковка готової продукції. М'ясо птиці охайно упаковується в спеціальні контейнери, зберігаючи при цьому чистоту та сухість упаковки. Для продажу продукт пакується в пергаментний папір і маркується етикеткою, яка містить всю необхідну інформацію про продукт. Тара повинна відповідати вимогам санітарії та безпеки, бути міцною і чистою. Після упаковки

продукція зберігається в холодильних вітринах при температурі 0...6°C до моменту реалізації.

Ця технологія виробництва копченого м'яса птиці забезпечує високу якість кінцевого продукту завдяки чіткому контролю на кожному етапі виробництва, дотриманню санітарних норм та технологічних вимог. Усі етапи, починаючи від підготовки сировини та закінчуючи пакуванням готової продукції, проводяться з урахуванням максимального забезпечення безпеки та якості.

Висновок. Дослідження доводить ефективність технології Clean Smoke як альтернативного підходу до традиційних методів коптіння, що дозволяє суттєво підвищити якість і безпеку м'ясних продуктів. Визначено нові параметри процесу коптіння, що оптимізують органолептичні характеристики продукції. Розроблено інноваційні технології виробництва м'ясних продуктів, які відповідають сучасним вимогам здорового харчування, завдяки зменшенню утворення небажаних сполук під час коптіння.

Список використаних джерел:

1. Електронний ресурс: CleanSmoke - CleanSmoke - This is how we clean smoke <https://cleansmoke.eu/en/home/>
2. European Commission Regulation (EU) 2023/915 of 25 April 2023 on Maximum Levels for Certain Contaminants in Food. Available online: <http://data.europa.eu/eli/reg/2023/915/oj> (accessed on 15 November 2023).
3. European Commission Regulation (EU) 1321/2013 of 10 December 2013 on Establishing the Union List of Authorized Smoke Flavoring Primary Products for Use as such in or on Foods and/or for the Production of Derived Smoke Flavorings. Available online: http://data.europa.eu/eli/reg_impl/2013/1321/oj (accessed on 15 November 2023).
4. European Commission Regulation (EU) 835/2011 of 19 August 2011 Amending Regulation (EC) No 1881/2006 as Regards Maximum Levels for

Polycyclic Aromatic Hydrocarbons in Foodstuffs. Available online: <http://data.europa.eu/eli/reg/2011/835/oj> (accessed on 15 November 2023).

5. Напівфабрикати м'ясні та м'ясорослинні посічені. Загальні технічні умови. ДСТУ4437:2005. [Чинний від 2008-04-01]. – К.: Держспоживстандарт України, 2006 – 30 с. – (Національні стандарти України).

RAW MATERIALS FOR THE PRODUCTION OF DAIRY PRODUCTS

National University of Food Technologies (NUFT), Kyiv, Ukraine

Introduction. Raw materials for the production of dairy products, in particular butter, with the addition of spicy and aromatic raw materials, play an important role in the construction of competitive products. The features and characteristics of these raw materials determine the quality, taste and aromatic properties of the final product, as well as its competitiveness on the market.

First of all, it is important to note the quality of basic raw materials - milk. They must be of high quality, free of impurities and impurities to ensure the stability and uniformity of the product. It is also important to consider the fat content and fatty acid composition of milk, which affect the texture and taste of the finished product.

Relevance of the topic. The demand for natural products is increasing worldwide, as consumers increasingly appreciate high-quality food products without unnecessary chemical additives. At the state level, the requirements that control the production of dairy raw materials, sanitary supervision, ensure the quality of food, in particular dairy products, are prescribed in the following legal acts: Law of Ukraine "On Veterinary Medicine", "On Safety and Quality of Food Products", "On Milk and dairy products" In Ukraine, the quality of milk received at processing enterprises for the production of dairy products is governed by the requirements of DSTU 3662:2018 "Cow raw milk. Technical conditions"

Results and discussion. An important criterion for the safety of milk is the absence of antibiotic residues and other inhibitory substances, the content of which is legally limited and the amount of which should not exceed the maximum permissible levels regulated by law, i.e. the procedures implemented by the market operator must ensure that raw milk is not used for the production of food products, if it contains residues of such substances. The frequency of sampling and conducting research according to these criteria is determined by the market operator at the level of the farm or group of farms. This frequency cannot be lower than that prescribed by the current legislation.

The addition of spicy-aromatic raw materials such as herbs, spices, flavoring additives is also important to create competitive products and special products for the refined tastes of consumers. Spices add an original taste and aroma, which makes the product more attractive to consumers. It is important to correctly select and dose these ingredients to ensure a harmonious combination of flavors and aromas in accordance with DSTU ISO 2825:2009 "Spices and seasonings".

Conclusions. When checking the quality of the developed products, first of all, attention is paid to the signs by which the naturalness of the spices can be judged, i.e. their shape, size, color, aroma and taste. These same signs to a large extent allow judging the good quality of spices, which can later be used in the production technology of other products.

Література.

1. Поліщук Г. Є., Грек О. В., Скорченко Т. А. та ін. Технологія молочних продуктів: підручник. К.: НУХТ, 2013. 502 с.

2. Чернюшок, О. А. Вершкове масло з наповнювачами приваблива сировина для HoReCa / О. А. Чернюшок, О.В. Копитко, О. В. Ризун // Промисловість та крафт для HoReCa в туризмі: досвід, проблеми, інновації : II Міжнародна науково-практична конференція, 23-24 травня 2024р., м. Київ. – Київ : НУХТ, 2024. – С. 65-67

Chernyushok O. A., Kopytko O.V., Ryzun O.V., Yakuts M. НУХТ, м. Київ, Україна Raw materials for the production of dairy products



**II МІЖНАРОДНА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ**

**«Промисловість та крафт для HoReCa
в туризмі: досвід, проблеми, інновації»**

ПРОГРАМА ТА МАТЕРІАЛИ КОНФЕРЕНЦІЇ

23-24 травня 2024р.

КИЇВ НУХТ 2024

23	<i>Стакунов П., Бровенко Т., ВМУРОЛ, м. Київ, Україна, Рейтинг плавлених сирів України</i>	61
24	<i>Грядунів Я., Мороз Д., Топчий О., НУХТ, м. Київ, Україна, Перспективи розвитку технології томленого м'яса в системі HoReCa</i>	63
25	<i>Чернюшок О., Копитко О., Ризун О., НУХТ, Київ, Україна, Вершкове масло з наповнювачами приваблива сировина для HoReCa</i>	65
26	<i>Чечотенко В., Пасічний В., НУХТ, Київ, Україна, Удосконалення технології порційних панірованих напівфабрикаті</i>	68
27	<i>Дулька О., Прибильський В., НУХТ, м. Київ, Україна, Використання комбучі та целюлозної плівки в технології функціональних продуктів</i>	69
28	<i>Драчук У., Галух Б., Сімонова І., Боднар Г., ЛНУВМБ імені С.З. Гжицького, м. Львів, Україна, спосіб виробництва солено-копченого свинячого окістя «Шовдарь»</i>	71
29	<i>Нікітіна Т., Ширококова А., НУХТ, м. Київ, Україна, Використання інноваційних ІТ-технології як інструменту підвищення конкурентоспроможності готельних підприємств (на прикладі м. Трускавець)</i>	75
30	<i>Мороз Д., Самійленко І., Топчий О. НУХТ, м. Київ, Україна, Локальність-тренд сьогодення</i>	78
31	<i>Чернюшок О., Кушніра., Ющенко Н., Маланкевич Й., НУХТ, Київ, Україна, Роль молочних компонентів при створенні м'ясних продуктів оздоровчого призначення</i>	80
32	<i>Салеба Л.В., Семенченко А.Ф., ХНТУ, м. Хмельницький, Україна, Використання флавоноїдів у харчових технологіях для HoReCa</i>	82
33	<i>Юдіна Т., Серенко А, ДТЕУ, м. Київ, Україна, Технологія низьколактозних йогуртів підвищеної біологічної цінності</i>	84
34	<i>Куниця К., Ніколаєва О., НТУ «ХП», м. Харків, Україна, Організація діяльності крафтового виробництва як запорука успіху ресторанного господарства</i>	84
35	<i>Петришин Н., Паска М., Назар М., ЛДУФК, м. Львів, Україна, Особливості виробництва крафтових листових виробів</i>	86
36	<i>Блохіна Г., ІПДО НУХТ, м.Київ, Україна, Спрощений підхід до впровадження системи haccp для HoReCa</i>	87
37	<i>Мельцер В.Л. м. Мюнхен, Німеччина, Харчовий вструдат — інноваційний біополуфабрикат високого ступеня готовності.</i>	89
38	<i>Фастаковський Д, Корецька І, НУХТ, м. Київ, Україна, Використання сочевичного борошна для приготування м'ясних напівфабрикатів</i>	92
39	<i>Чорна Н.М., ВТЕІ ДТЕУ, м. Вінниця, Україна, Українська кухня як тренд ресторанної галузі.</i>	95
40	<i>Shevchenko A., Litvynchuk S., NUFT, Kyiv, Ukraine, Conformation transformations in bread with pumpkin seed protein concentrate and phospholipids</i>	97
41	<i>Galenko O., Kushnir B., NUFT, Kyiv, Ukraine, Craft technologies of special purpose pates</i>	97
42	<i>Куниця К. НТУ «ХП», м. Харків, Україна, Інноваційні технології в крафтових виробництвах закладів ресторанного господарства</i>	100
43	<i>Цирулик Р.В., Самілик М.М., СНАУ, м. Суми, Україна, Крафтова технологія молочних продуктів А2 збагачених харчовими волокнами та каротиноїдами.</i>	103
44	<i>Дущак О., Левківська Т., НУХТ, м. Київ, Україна, Використання ферментації для виробництва нових консервованих продуктів із слив</i>	103
45	<i>Коваль О.А. НУХТ м.Київ, Гуць В. С. ВНАУ, м.Вінниця, Україна, Сучасні добавки при виготовленні крафтового пива</i>	105
46	<i>Сукманов В, Мащенко Д., ПДАУ, м. Полтава, Україна, Крафтові технології йогуртів з екстрактом із залишків переробки моркви</i>	107
47	<i>Сладковський О., Пасічний В., НУХТ, Київ, Україна, Удосконалення технології рублених панірованих напівфабрикаті</i>	109
48	<i>Чернюшок О., Ризун О., НУХТ, Київ, Україна, Розробка технології кисломолочних напоїв оздоровчого призначення для HoReCa</i>	111

25. ВЕРШКОВЕ МАСЛО З НАПОВНЮВАЧАМИ ПРИВАБЛИВА СИРОВИНА ДЛЯ HoReCa

Ольга ЧЕРНЮШОК, к.т.н., Олександр КОПИТКО, Олександр РИЗУН

Національний університет харчових технологій (НУХТ), Київ, Україна

Вступ. Молочна галузь України займає вагоме місце в структурі харчової промисловості, оскільки є провідною ланкою у вирішенні продовольчої проблеми країни. Ринок молочних продуктів в Україні виробляє продукцію необхідну для здорової життєдіяльності людини.

Перспективи розвитку та функціонування молочної галузі України завжди були надзвичайно актуальними, оскільки молочні продукти – це особливо цінне і незамінне джерело харчування будь-якої людини. На сьогодні їх вважають одними з основних цінних продуктів харчування, які багаті на білки, незамінні амінокислоти, мікроелементи, вітаміни та інші корисні речовини. Саме до цих важливих продуктів відноситься і вершкове масло, що в своєму складі містить жири, а їм характерна висока засвоюваність і калорійність. Вершкове масло містить поживні речовини необхідні для повноцінного життя та розвитку [1].

Матеріали та методи. В роботі використані сучасні наукові результати досліджень галузі харчової промисловості. Аналітично доведено, що останнім часом підвищується попит на крафтову продукцію, що передбачає особливі технології виготовлення готових виробів. До складу молочної галузі України входять виробництво продукції з незбираного молока, сироробна, маслоробна, молочноконсервна підгалузі. При цьому частка витрат на молочні продукти від загальних витрат на харчування становить 15% [2]. Аналітичний огляд ринку доводить, що переробкою молока в Україні займається більше 300 підприємств.

На сьогодні в Україні відбувається розвиток локальної молочної сировини з невеликими обсягами та швидкою реалізацією готової продукції. Більшість сучасних виробників молочних продуктів мають стратегію, яка направлена на виготовлення унікальної, високоякісної продукції для особливих споживачів.

Результати та обговорення. Масло вершкове з наповнювачами є перспективною сировиною для використання в HoReCa. Масло вершкове селянське 72,5 % виробляють способом перетворення високожирних вершків, суть якого полягає у термомеханічній обробці високожирних вершків у спеціальних апаратах безперервної дії з термостатуванням [3]. Технологія масла вершкового включає наступні операції: приймання та підготовку сировини. Для виробництва вершкового масла використовують: молоко коров'яче незбиране,

що відповідає вимогам ДСТУ 3662:2018 «Молоко-сировина коров'яче. Технічні умови»; вершки, отримані сепаруванням незбираного молока, переважно з масовою часткою жиру 28...55%. Підігрівання та сепарування молока: вершки отримують сепаруванням молока- сировини при температурі 35...40 °С. Пастеризація вершків: даний технологічний етап проводять для знешкодження патогенних мікроорганізмів, максимальне зниження залишкової мікрофлори, формування смаку та аромату вершкового масла, інактивації ферментів. Температуру пастеризації вершків встановлюють з урахуванням їх якості (кислотності, сторонніх присмаків і запахів). Отримання високожирних вершків (ВЖВ): ВЖВ одержують у дві стадії: перша стадія: наближення жирових кульок під час першого сепарування; друга стадія: ущільнення жирової фази та часткова деформація жирових кульок при другому сепаруванні. Температура сепарування вершків повинна підтримуватися у інтервалі 60...80 °С. Нормалізація вершків. Якщо вміст вологи у високожирних вершках нижче необхідного, їх нормалізують масляною та знежиреним молоком. Якщо масова частка вологи у високожирних вершках більша, ніж потрібно, їх нормалізують молочним жиром або високожирними вершками з більш низькою масовою часткою вологи, ніж у вершках, які нормалізуються. Термомеханічна обробка високожирних вершків здійснюється з метою перетворення структури ВЖВ у структуру вершкового масла. Для цього необхідно забезпечити обертання жирової фази [3]. Це можна досягти завдяки охолодженню та механічній обробці високожирних вершків у маслоутворювачі. При термомеханічній обробці гліцериди молочного жиру кристалізуються і змінюють структуру та консистенцію вершкового масла. Термостатування масла - регулювання консистенції вершкового масла повинне здійснюватися не тільки під час термомеханічної обробки високожирних вершків, але й під час термостатування свіжовиробленого масла, яке проводиться для завершення формування структури вершкового масла. Для цього його потрібно витримувати до фасування в маслокамері при температурі не вище 5 °С не більше 24 годин. Пакування та маркування масла проводять з метою надання йому товарного виду та запобігання впливу зовнішніх умов на його стійкість, яка залежить від виду тари та її стану, від якості пакувальних матеріалів та способів їхньої підготовки, а також від способу формування. Охолодження масла проводиться відразу після пакування. При чому чим швидше його охолоджують і чим нижча температура наприкінці охолодження, тим вищою буде його подальша стійкість. Зберігання масла проводиться в холодильній камері за температури -5...- 8 °С та відносної вологості повітря не більше 80 %.

Особливості технології масла вершкового з наповнювачами передбачає використання в технології наповнювачів різного виду.

Наповнювачами для вершкового масла в HoReCa можуть виступати сіль, перець,

трав'яні суміші, спеції, трюфель та інші. Масло вершкове у ресторанах використовується для приготування м'ясних стейків з метою доповнення особливого смаку під час визрівання та подачею м'ясних стейків. Саме вершкове масло може створити смакове та візуальне доповнення стейку, не порушити його технологію, та додати особливого зовнішнього вигляду, що додає ефекту при візуалізації стейку. Під час проведення витримки у масляному коробі відбувається насичення вершковим смаком та ароматом вершкового масла з наповнювачем, що використовується.

В першу чергу ця технологія застосовується при виготовленні Баттерстейку - це історія про те, як відруб витримується у вершковому маслі за спеціальною технологією, що передбачає підготовку масла до того стану, за якого в ньому буде витримуватися м'ясо. Якщо просто покласти краще масло близько кращого м'яса, нічого не буде відбуватись. Відруб не стане м'якшим, ніжнішим, соковитішим. Все починається з роботи над самим маслом. Шляхом темперування його треба перетворити в субстанцію, яка, як пластилін, буде щільно облягати відруб. Повторювати його форму, не тріскатися. Таким чином, не буде доступу кисню і весь сік залишиться у м'ясі. Відомо, що ця технологія використовується в Україні. Але при додаванні до масла наповнювачів (сіль, перець, трав'яні суміші, спеції, трюфель, або трав'яних рослин по типу васабі) під час витримки в камері, воно передає не тільки свою вершковість а й в міру наповнює стейк додатковим відтінком смаку, який надає можливість підкреслити смак витриманого м'яса.

Висновок. Роль вершкового масла з наповнювачами полягає не лише у покращенні органолептичних показників готових виробів HoReCa, фізико-хімічних властивостей продукту, але й створенні продукту, що має підвищену біологічну цінність та краще засвоюється організмом, що обумовлено хімічним складом вершкового масла, а пікантності смаку додають внесені наповнювачі.

Література

1. Гвоздь М. Я. Сучасний стан та тенденції розвитку молочної галузі України / М. Я. Гвоздь, Ю. А. Мороз. // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2018. – №16. – С. 779– 786.
2. Сучасний стан та перспективи розвитку ринку молока та молокопродуктів України / Н. С. Скопенко, І. В. Євсєєва-Северина, А. О. Бовкун // Продовольчі ресурси. - 2019. - № 13. - С. 279-290. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pr_2019_13_29
3. Топчій О.А. Пасічний В.М. Інноваційні промислові та крафтові технології для HoReCa: Навчальний посібник. / О.А. Топчій, В.М. Пасічний, О.В. Грек та ін. – К.: ВД «Дакор», Центр учбової літератури, 2024. – 372 с.