

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

О. А. ТОПЧІЙ, В. М. ПАСІЧНИЙ, О. В. ГРЕК,
А. В. ТИМЧУК, Р. М. МУКОЇД

ІННОВАЦІЙНІ ПРОМИСЛОВІ ТА КРАФТОВІ ТЕХНОЛОГІЇ для **HoReCa**

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК



2024

УДК 664:338.483.13:392.72(075.8)

I-66

*Рекомендовано до друку Вченою радою Національного університету харчових технологій
від 29 лютого 2024 р., протокол № 6.*

Рецензенти:

В. Г. Мирончук, д-р техн. наук, професор кафедри технологічного обладнання та комп'ютерних технологій проектування Національного університету харчових технологій

М. О. Янчева, д-р техн. наук, професор, декан факультету переробних і харчових виробництв Державного біотехнологічного університету

М. З. Паска, д-р вет. наук, професор, завідувач кафедри готельно-ресторанного бізнесу Львівського державного університету фізичної культури імені Івана Боберського

I-66 Топчій О. А., Пасічний В. М., Грек О. В., Тимчук А. В., Мукоїд Р. М. Інноваційні промислові та крафтові технології для HoReCa: Навчальний посібник. — К.: ВД «Дакор», 2024. — 372 с.

ISBN 978-617-8066-79-6

Навчальний посібник розкриває пріоритетні напрямки інновацій у промисловому та крафтовому виробництві сучасного асортименту високоякісних продуктів, зокрема з використанням локальних сировинних ресурсів. Особливу увагу зосереджено на удосконаленні існуючих або розроблені нових технологій переробки м'яса, молока та продуктів бродіння і виноробства. Представлено характеристику і вимоги до сировини, систематизовано асортимент харчових продуктів, а також розглянуто основне технологічне обладнання, призначене для забезпечення ефективного проведення виробничих процесів. Інформація, яка міститься в представленому виданні, дозволяє поглибити знання із технологій, сформувані власне бачення стратегії розвитку виробництва харчової продукції.

Матеріали навчального посібника можуть бути використані при виконанні науково-дослідних робіт здобувачами, магістрантами та аспірантами, викладачами вищих навчальних закладів, фахівцями у харчовій галузі та сфері HoReCa.

УДК 664:338.483.13:392.72(075.8)

ISBN 978-617-8066-79-6

© О. А. Топчій, В. М. Пасічний, О. В. Грек,
А. В. Тимчук, Р. М. Мукоїд, 2024

ВСТУП

Виробництво продуктів харчування та сфера гостинності є найдинамічнішими секторами економіки у світі, з високим рівнем конкуренції та спрямовані на забезпечення потреб споживачів у якісних та безпечних продуктах харчування, а також наданні високоякісних послуг і комфорту.

Привабливість бізнесу в сфері HoReCa полягає в його успішності, забезпеченні високої якості товарів та послуг, які підвищують попит на ринку, завдяки впровадженню технологічних інновацій, максимально враховуючи потреби споживача. Поєднання і розроблення інноваційних науково-обґрунтованих технологій промислової та крафтової продукції для HoReCa, а також для організації та управління туристичним процесом на локальному та регіональному рівнях зумовлює необхідність розвитку галузевих спеціалізацій.

Це у свою чергу актуалізує необхідність підготовки компетентних фахівців, які володіють розширеним спектром сучасних методів, прийомів і технологій в промисловому та крафтовому виробництві для HoReCa у туристичній сфері.

Конкурентоздатність галузей харчової промисловості у сучасних умовах, охарактеризованих невизначеністю ситуацій та швидкими змінами, нерозривно пов'язана з впровадженням передових технологій, переходом до виробництва якісних та безпечних продуктів та створенням ефективних механізмів стимулювання інноваційної діяльності. Досвід створення прогресивних систем відомих світових лідерів (США, ЄС, Китаю) доводить значну роль малого та середнього бізнесу у побудові конкурентоспроможної національної економіки.

На сучасному етапі розвитку харчової промисловості, інновації стають все більш важливими для поліпшення ефективності, якості та сталості виробництва. Пріоритетними напрямками інновацій у галузі харчового виробництва є:

- удосконалення існуючих та розробка перспективних способів виробництва із застосуванням функціональних та інноваційних способів пакування, зберігання та транспортування готових виробів, з мінімальним впливом на екологію;
- створення механізмів ефективного використання сировини, зокрема локального та регіональне походження;

ВСТУП

- розробка нового асортименту високоякісних харчових продуктів, включаючи ті, що виготовлені за унікальними та автентичними рецептурами;
- використання цифрових технологій для оптимізації процесів виробництва, управління ресурсами та взаємодії з клієнтами;
- удосконалення стратегій маркетингу та просування харчових продуктів серед споживачів.

У сучасному світі промислове та крафтове виробництво становлять два важливих сектори, кожний з яких відіграє свою роль у розвитку економіки та формуванні розвитку суспільства. Промислове — є основою широкомасштабного виробництва, з використанням передових технологій та функціонування підприємств великої продуктивності. Крафтове виробництво — це не лише модна тенденція, воно відзначається індивідуальністю, унікальністю, майстерністю, використанням локальних ресурсів та поєднанням перевірених часом традиційних технологій та інновацій, направлених на задоволення потреб споживчого ринку.

Обидва сектори відіграють ключову роль у структурі економіки, причому кожен має свої унікальні переваги та можливості. Промисловий сектор відіграє ключову роль у забезпеченні масового виробництва та доступності продукції на ринку, сприяючи економічному зростанню та підвищенню конкурентоспроможності країни. У співвідношенні з існуючим контекстом, крафтове виробництво відіграє суттєву роль у сприянні розвитку місцевих громад. Це проявляється через збереження традицій та культурної ідентичності, а також забезпечення високої якості продукції та індивідуального підходу до виробництва.

Необхідно враховувати, що обидва сектори можуть і повинні розвиватися шляхом впровадження новітніх технологій. Взаємодія між промисловим та крафтовим виробництвом може призвести до синергії, що сприятиме досягненню значних результатів у виробництві якісної та безпечної продукції та стійкому розвитку економіки.

Світові тенденції розвитку харчової галузі з використанням інноваційних процесів у виробництві продукції невпинно прямують до створення нових видів продукції, новітнього устаткування та обладнання, залучення кваліфікованого персоналу з високим рівнем компетентності.

У навчальному посібнику представлено теоретичне підґрунтя інновацій, а також практичні рішення, впроваджені на сучасних підприємствах, включаючи сферу гостинності HoReCa. В розділах широко висвітлені тенденції розширення асортименту харчових продуктів промислових та крафтових виробництв для HoReCa. Особливу увагу приділено актуальним технологіям переробки м'яса, молока та продуктів бродіння.

Систематизація інформації, яка наведена в посібнику, дозволяє забезпечити необхідний фаховий рівень здобувачів та спеціалістів, що реалізують на практиці класичні та інноваційні технології харчових продуктів для HoReCa. Матеріал,

що представлений в посібнику, сприятиме поглибленню відповідних знань спеціалістами в харчовій галузі, особливо із технології переробки м'яса та молока, продуктів бродіння і виноробства, а також промислової та крафтової технології для HoReCa в туризмі.

Інформація, яка міститься в цьому виданні, дозволяє поглибити знання із харчових технологій, сформуванню власне бачення на моделювання технологічних процесів з виробництва харчової продукції.

Представлений матеріал рукопису може бути використаний при виконанні науково-дослідних робіт здобувачами першого освітнього рівня, магістрантами та аспірантами, викладачами вищих навчальних закладів, фахівцями у харчовій галузі та сфері HoReCa.

Посібник викладено відповідно до програм та навчальних планів підготовки здобувачів ЗВО за освітнім ступенем «Магістр» за спеціальностями 181 Харчові технології, 242 Туризм і рекреація міждисциплінарної освітньо-наукової програми «Промислові та крафтові технології для HoReCa в туризмі» та освітньо-професійних програм «Технології зберігання, консервування та переробки м'яса», «Технології зберігання, консервування та переробки молока», «Технології продуктів бродіння і виноробства».

РОЗДІЛ 1

ІННОВАЦІЇ: КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ

1.1. Характеристика понять інновація та інноваційна діяльність

Сучасний розвиток харчових технологій неможливий без досягнень науково-технічного прогресу, які об'єднані сучасним терміном «інновації» та «інноваційна діяльність».

Інновації та інноваційна діяльність традиційно розглядаються як спрямованість науково-технічного прогресу, зокрема його високотехнологічної частини, та як процес, пов'язаний із впровадженням результатів наукових досліджень і розробок у практичне застосування.

Інновації — це кінцевий результат інноваційної діяльності, у вигляді нового чи удосконаленого продукту або технологічного процесу, який наділено якісними перевагами при використанні та проектуванні, виробництві, збуті, що використовується у практичній діяльності та має суспільну перевагу.

Сфера інновацій являється широкоформатною, охоплюючи не лише практичне застосування науково-технічних розробок і винаходів, але також включаючи перетворення та удосконалення в продуктах, процесах, маркетингу та організаційних підходах. Інновація функціонує як виразний каталізатор змін, що проявляється як результат діяльності, реалізований у вигляді нового або вдосконаленого продук-

ту, технологічних процесів, нових сервісів та інноваційних методик задоволення соціальних потреб.

Інновації й інноваційна діяльність є напрямком науково-технічного прогресу, його високотехнологічної складової, це процес, пов'язаний із впровадженням результатів наукових досліджень і розробок у практику.

Інновації — це результат діяльності, втілений у новий або вдосконалений продукт, технологічні процеси й нові підходи. Термін інновація (innovation) (англ.) — утворено з двох слів — англійського префікса «in» — «в», «введення» та латинського «новация» (новизна, нововведення). В буквальному перекладі — впровадження нового, відновлення, що характеризує якісні зміни чи особливості в процесі виробництва. Інновації нововведення — можливі у всіх сферах діяльності людини. Інновації поділяються на види, які представлені на рис. 1.1.

Підвищення ефективності функціонування підприємств харчової промисловості є стратегічним завданням для будь-якої розвиненої держави. У той же час в Україні традиційні ресурси для її вирішення практично вичерпані. Діяльність багатьох виробників здійснюється в умовах фінансової нестабільності, низької технічної оснащеності, високого ступеня зношення технологічного обладнання, слабого менеджменту і жорсткої конкуренції. Подолання подібних бар'єрів можливо тільки за допомогою активного впровадження інновацій на всіх стадіях життєвого циклу.

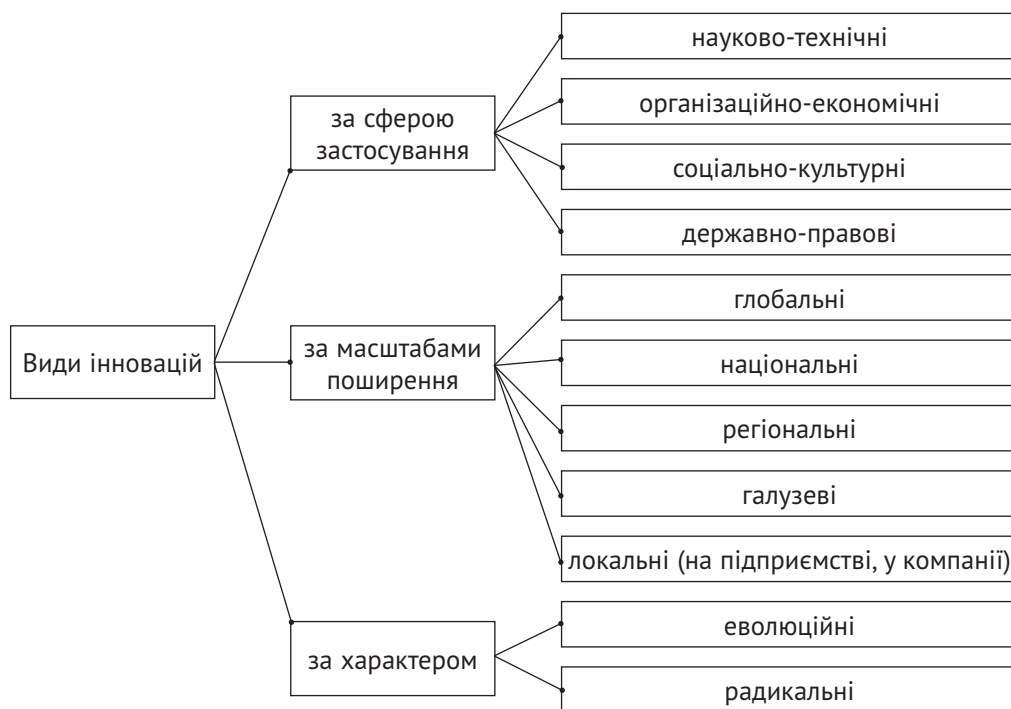


Рис. 1.1. Види інновацій.

РОЗДІЛ 1. ІННОВАЦІЇ: КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ

Характерна прикмета сучасного етапу економічно розвинених передових країн — інноваційний шлях розвитку, в основі якого лежить цілеспрямований процес пошуку, підготовки і реалізації інновацій, які дозволяють підвищити ефективність суспільного виробництва, в нашому випадку — виробництва нових харчових продуктів з поліпшеними якісними характеристиками.

Інновація, нововведення — це новостворений або вдосконалений спосіб виробництва або технологія, що мають суттєві конкурентні переваги в порівнянні з існуючими аналогами.

Актуальність інновацій визначається різними чинниками, які впливають на їхню значимість і успішне впровадження (рис. 1.2).

Ці фактори можуть варіюватися в залежності від галузі чи сфери діяльності, в якій відбуваються інновації, і мають велике значення для визначення та оцінки актуальності новаційних ідей і продуктів.

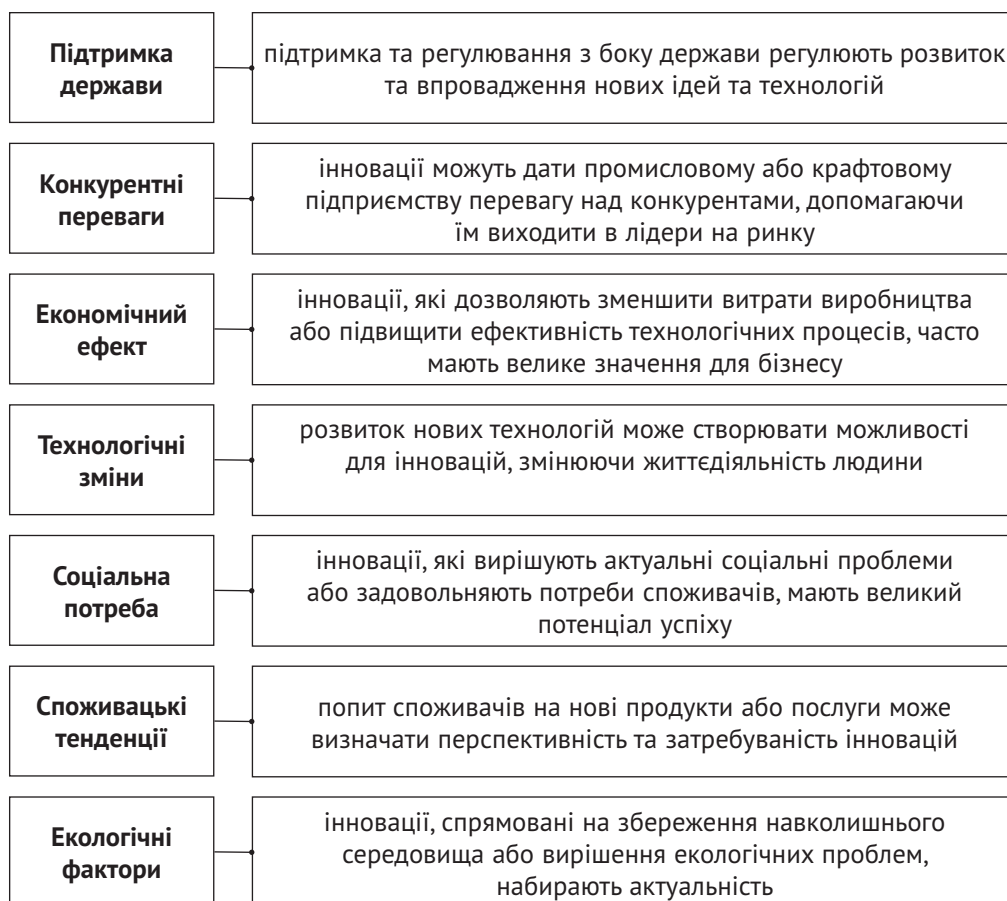


Рис. 1.2. Основні чинники, що характеризують актуальність інновацій.

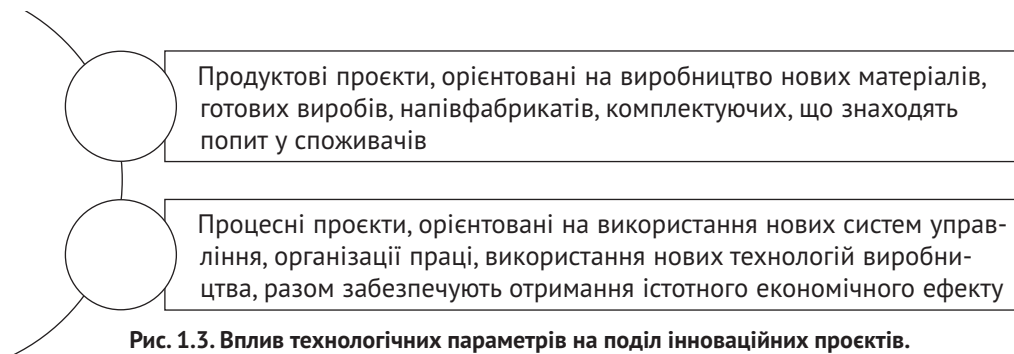


Рис. 1.3. Вплив технологічних параметрів на поділ інноваційних проєктів.

- Покращення продуктивності:** компанії та підприємства шукають інноваційні рішення для підвищення ефективності своєї діяльності, оптимізації процесів та збільшення продуктивності праці
- Конкурентна перевага:** розвиток новаторських продуктів, технологій або послуг дозволяє виробникам виділитись на ринку, отримати конкурентні переваги і збільшити свою частку на ньому
- Відповідність потребам ринку:** швидкі зміни в уподобаннях та потребах споживачів та технологічній сфері заохочують підприємства впроваджувати інновації для задоволення нових вимог ринку
- Зниження витрат:** розробка нових технологій або процесів може допомогти зменшити витрати на виробництво, експлуатацію або використання ресурсів
- Розвиток нових ринків:** інновації можуть створити можливості для входу на нові ринки або створення зовсім нових галузей бізнесу
- Соціальний вплив:** інновації можуть призвести до покращення життя людей, розв'язання соціальних проблем та забезпечення сталого розвитку
- Імідж та репутація:** впровадження інновацій може позитивно вплинути на імідж підприємства та його репутацію, що може привести до залучення нових клієнтів та інвесторів.

Рис. 1.4. Основні мотиви пошуку інновацій.

РОЗДІЛ 1. ІННОВАЦІЇ: КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ

Інноваційний проєкт — це проєкт в основі якого лежить використання нових або вдосконалених технологій.

Вплив технологічних параметрів на особливості інноваційних проєктів представлено на рис. 1.3.

Тому, виходячи з наведених характеристик, продуктом інновацій може бути:

- новий продукт;
- новий засіб виробництва;
- нова технологія (виробництва, управління, організації праці, споживання).

Пошук інновацій має різноманітні мотиви, які можна узагальнити за відповідними ознаками. Ці мотиви можуть варіюватись в залежності від сфери діяльності, цілей та контексту конкретного підприємства, що представлено на рис. 1.4.

Зазначені мотиви сприяють стимулюванню та підтримці пошуку інновацій у бізнесі та суспільстві загалом.

Залежність видів інновацій від класифікаційних ознак наведено в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1. Залежність видів інновацій від класифікаційних ознак

Класифікаційна ознака	Види інновацій
За видом об'єкта інноваційної діяльності	<ul style="list-style-type: none">• інновації-продукти. Охоплюють впровадження нових або вдосконалених продуктів;• інновації-процеси. Освоєння нової або значно вдосконаленої продукції, організації виробництва
За роллю в реалізації цілей організації	<ul style="list-style-type: none">• поліпшувальні — проводяться в межах розвитку й удосконалення напрямів діяльності;• стратегічні — створюють нові напрями діяльності або забезпечують успішне функціонування існуючих напрямів на тривалий період
За значенням для реального напрямку діяльності	<ul style="list-style-type: none">• базисні — радикально змінюють усталений або формують новий напрям діяльності;• модифікувальні — здійснюються в межах удосконалення й розвитку базисних;• псевдоінновації — зовнішні неістотні зміни продуктів або процесів, що не мають принципової новизни і не створюють жодних додаткових переваг для споживачів
За сферою діяльності підприємства	<ul style="list-style-type: none">• інновації на «вході» підприємства — цільові, якісні чи кількісні зміни у виборі або використанні матеріалів, сировини, обладнання, інформації, працівників, інших видів ресурсів;• інновації на «виході» підприємства — зміни в результатах виробничої діяльності (виробах, послугах, технологіях);

РОЗДІЛ 1. ІННОВАЦІЇ: КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ

Класифікаційна ознака	Види інновацій
За сферою діяльності підприємства	<ul style="list-style-type: none"> • інновації структури підприємства – цільові зміни у виробничих, обслуговувальних і допоміжних процесах
За змістом діяльності	<ul style="list-style-type: none"> • технологічні – спрямовані на створення та освоєння виробництва нової продукції, технології й матеріалів, модернізацію обладнання, реконструкцію споруд, реалізацію заходів з охорони навколишнього середовища; • виробничі – орієнтовані на розширення виробничих потужностей, диверсифікацію виробничої діяльності, зміну структури виробництва тощо; • економічні – спрямовані на зміну методів і способів планування всіх видів виробничо-господарської діяльності, зниження виробничих витрат, зростання матеріального стимулювання, зацікавленості працівників, реалізацію системи обліку; • торговельні – використання нових методів цінової політики та форм взаємодії з постачальниками й замовниками; надання чи отримання фінансових результатів у формі кредитів, інтернет-магазин тощо; • соціальні – пов'язані з поліпшенням умов і характеру праці, соціального забезпечення, психологічного клімату в колективі; • управлінські – спрямовані на вдосконалення організаційної структури, стилю й методів прийняття рішень, використання нових засобів опрацювання інформації
За змістом та сферою застосування	<ul style="list-style-type: none"> • технологічні – нові технології виробництва старих чи нових продуктів, впровадження інформаційних систем, нових джерел енергії. Технологічні нововведення – це зміни перш за все в засобах і методах організації виробництва; • продуктові – створення нових товарів, що споживаються у сфері виробництва (засоби виробництва) чи у сфері споживання (предмети споживання); • організаційно-управлінські – нові методи й форми організації всіх видів діяльності підприємства та їх об'єднань: нові методи управління персоналом, системи стратегічного планування, прогнозування, моделювання процесів виробництва, постачання, збуту, нові організаційні структури; • економічні – нововведення у фінансовій та бухгалтерській сферах діяльності, мотивації та оплати праці, оцінка результатів; • соціальні – нові форми активізації людського чинника, включаючи процес зміни умов праці, культурних, екологічних та політичних аспектів, зміна способу життя в цілому;

РОЗДІЛ 1. ІННОВАЦІЇ: КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ

Класифікаційна ознака	Види інновацій
За змістом та сферою застосування	• юридичні – нові нормативно-правові документи, що визначають та регулюють усі види діяльності підприємств, організацій та фізичних осіб, створюючи відповідні умови для розвитку. Деякі автори відносять юридичні інновації до соціальних.
За масштабами поширення	• Глобальні, національні, регіональні, галузеві і локальні (на підприємстві, в компанії) інновації
За характером інновації	• Еволюційні й радикальні.

Інноваційні технології є засобом підвищення продуктивності праці, зниження собівартості виробленої продукції, отримання додаткової ринкової вигоди, в тому числі за рахунок подолання конкуренції.

Різні підходи щодо впровадження інновацій наведено на рис. 1.5.

Основні науково-технічні та соціально-економічні передумови застосування інновацій наведено на рис. 1.6.

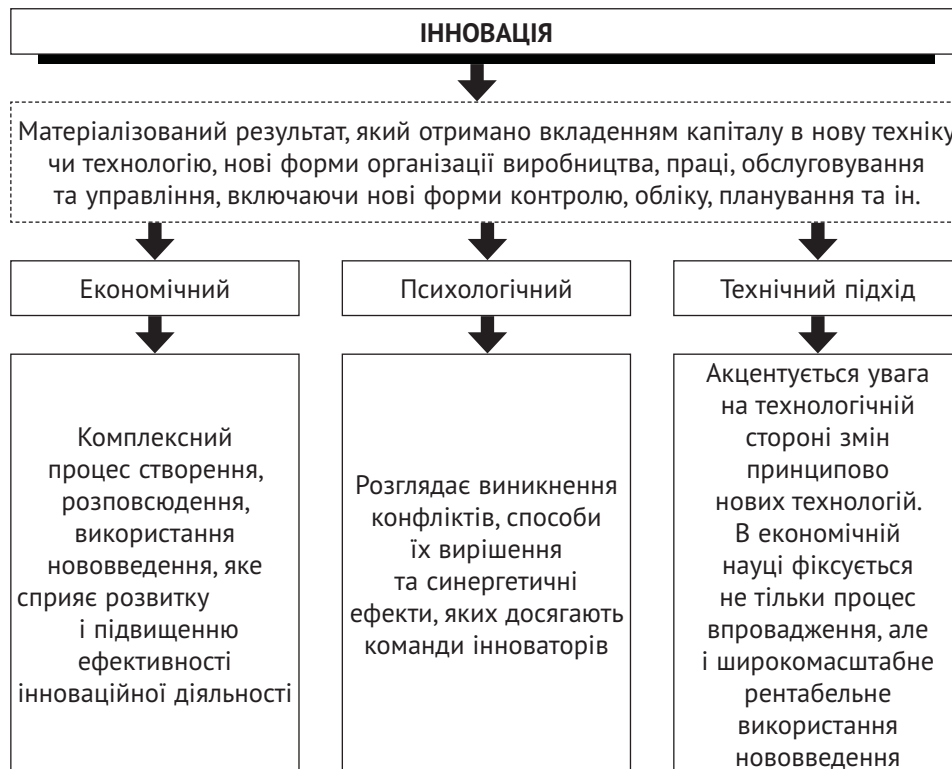


Рис. 1.5. Підходи щодо впровадження інновацій.

РОЗДІЛ 1. ІННОВАЦІЇ: КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ



Рис. 1.6. Основні науково-технічні та соціально-економічні передумови застосування інновацій.

Інновації за змістом:

- технологічні (розробка нової (удосконалення існуючої) технології харчової продукції шляхом: застосування нових харчових інгредієнтів, способів обробки сировини та напівфабрикатів, пакувальних матеріалів, технологічного обладнання; створення продукції з новими споживними властивостями для масового, спеціального та функціонального (оздоровчого) харчування; за повним чи скороченим технологічним циклом; з визначеним терміном зберігання; визначеною ціною тощо;

РОЗДІЛ 1. ІННОВАЦІЇ: КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ

- технічні (удосконалення матеріально-технічної бази, застосування нового обладнання, автоматизація та компютеризація виробничого та/чи технологічного процесу);
- економічні (запровадження нових способів планування, обліку витрат тощо);
- маркетингові (запровадження нових технологій виведення продукції на ринок тощо);
- управлінські (запровадження нових методів управління закладом, структурним підрозділом, запровадження систем управління якістю та безпечністю тощо);
- соціальні (поліпшення умов праці, запровадження корпоративної культури тощо).

Технологічні інновації реалізуються через інновації у:

- сировині;
- інгредієнтному (харчові добавки та функціональні інгредієнти) складі;
- технології;
- обладнанні;
- пакувальних матеріалах.

1.2. Роль інновацій в забезпеченні ефективності функціонування промислових та крафтових підприємств

Інновації стали необхідним елементом у сучасному світі, в якому конкуренція в галузі бізнесу стає все більшою, а зміни швидко настають. Розвиток та впровадження інноваційних рішень може стати ключовим фактором для успіху будь-якого підприємства.

Однією з ключових переваг інновацій є їх здатність підвищувати ефективність підприємств. Нові технології можуть оптимізувати виробничі процеси, зменшувати витрати та підвищувати продуктивність промислових ліній. Впровадження інноваційних рішень дозволяє підприємствам збільшувати якість своїх продуктів або послуг, пристосовуватися до змінних умов ринку та відповідати потребам споживачів.

Крім того, інновації відіграють важливу роль у розвитку нових напрямків бізнесу. Вони дозволяють підприємствам створювати інноваційні продукти або послуги, які відповідають сучасним вимогам споживачів або вирішують актуальні проблеми суспільства. Це може включати в себе впровадження екологічно чистих технологій, розробку нових матеріалів або методів виробництва, які сприяють сталому розвитку.

Промислове та крафтове виробництво — це дві різні сфери, але обидві є важливими для розвитку економіки та суспільства.

У сфері промислового виробництва активно застосовуються передові технології для виготовлення широкомасштабної продукції. Виробники впроваджують передові наукові розробки та інноваційні методи виробництва з метою підвищення якості продукції та оптимізації виробничих процесів. Це включає в себе застосування високотехнологічного обладнання, автоматизованих систем контролю якості та ефективного управління виробничими процесами. Результатом такого підходу є виготовлення конкурентоздатної продукції, що відповідає сучасним стандартам якості та відповідає потребам ринку.

Крафтове виробництво розглядається як інноваційний та унікальний процес, що відрізняється від промислових підходів своєю вираженою індивідуальністю та майстерністю. Основною особливістю цього процесу є використання локальних ресурсів і сировини, що не лише забезпечує індивідуальність продукту, але й сприяє розвитку місцевої економіки та підтримці сталого використання ресурсів. Важливість такого підходу полягає в збереженні особливих характеристик сировини та відтворенні її природних якостей на кожному етапі виробництва.

Промислове та крафтове виробництво продуктів відрізняються за багатьма параметрами, такими як масштаб виробництва, процес виготовлення, якість продукції, ступінь автоматизації та інноваційність. Ось деякі особливості обох типів виробництва наведено в таблиці 1.2.

Обираючи між промисловим та крафтовим виробництвом, підприємства зазвичай звертають увагу на потреби ринку, вартість виробництва, унікальність продукції та споживчі вподобання. Кожен підхід має свої переваги та недоліки, і вибір залежить від конкретних обставин та стратегії виробника.

Крафтові продукти виготовляють в умовах малих потужностей невеликими партіями за індивідуальними рецептами майстрів, які вкладають у ці вироби креативність та унікальність на основі поєднання традиційних та інноваційних технологій для задоволення потреб сучасних споживачів. В Україні крафтовий бізнес у різних сферах виробництва з кожним роком набуває все більшої популярності.

Крафтове виробництво сьогодні є актуальним завдяки зростанню попиту на натуральні, якісні продукти, підтримці регіональних та традиційних рецептів, акценту на сталому виробництві та етиці, розширенню кулінарних можливостей для споживачів та створенню унікальної брендової ідентичності. Основні пріоритети такого виробництва це:

Таблиця 1.2. Порівняльні особливості промислового та крафтового виробництва

Критерії оцінки	Виробництво	
	<i>промислове</i>	<i>крафтове</i>
Масштаб виробництва	Характеризується великими масштабами виробництва, використанням великих промислових обладнань та поточкових ліній для виробництва продукції.	Зазвичай має невеликі масштаби виробництва, і виробництво часто здійснюється вручну або на невеликих майстернях.
Процес виробництва	Застосовується стандартизований процес виробництва з великою увагою до ефективності та швидкості.	Зазвичай базується на ручній праці та майстерності, часто з використанням традиційних методів виробництва.
Якість продукції	Зазвичай має однорідну якість через застосування стандартизованих процесів та технологій.	Часто відоме своєю унікальністю та високою якістю через увагу до деталей та ручну працю.
Ступінь автоматизації та інноваційність	Використовує високу автоматизацію та інноваційні технології для оптимізації виробничих процесів.	Може бути менш автоматизованим і більш традиційним у використанні технологій, акцентуючи увагу на ручній праці та спадщині майстрів.
Гнучкість виробництва	Зазвичай менш гнучке, оскільки спеціалізоване на великих серіях та масовому виробництві.	Здатне до швидкої адаптації та виготовлення унікальних або обмежених партій товарів під замовлення.

- *Зростання попиту на натуральні продукти*: споживачі все більше усвідомлюють важливість здорового харчування та шкідливі наслідки штучних добавок у їжі. Крафтові виробники, які виготовляються з натуральних інгредієнтів без штучних консервантів, барвників та ароматизаторів, відповідають цьому попиту.
- *Зростання інтересу до регіональних та традиційних продуктів*: крафтові виробники часто використовують рецептури, що передаються з покоління в покоління або базуються на традиційних рецептах певного регіону. Це сприяє підтримці місцевих традицій та стимулює інтерес споживачів до унікальних смакових відтінків.
- *Підвищення уваги до етичного виробництва та сталого розвитку*: крафтові виробники зазвичай віддають перевагу етичному підходу до виробництва та використовують продукти від місцевих фермерів або з відповідальних джерел. Це привертає споживачів, які цінують сталість та дбайливе ставлення до тварин та навколишнього середовища.

- *Розширення кулінарних можливостей:* крафтові продукти часто виготовляються у невеликих партіях з унікальними смаковими комбінаціями та інгредієнтами. Це дозволяє споживачам спробувати нові смаки та збільшити різноманіття страв у своєму харчуванні.
- *Створення унікальної брендової ідентичності:* крафтові виробники зазвичай пропонують продукцію, яка вирізняється якістю, дизайном упаковки та історією бренду. Це дозволяє їм залучати цільову аудиторію, яка цінує індивідуальність та унікальність у продукції.

Крафтове виробництво — це процес створення товарів, який базується на ручній праці, традиційних методах виробництва та використанні якісних, часто натуральних матеріалів. Основна ідея полягає в тому, щоб створювати унікальні, ручної роботи продукти, які можуть відрізнятися від масового виробництва.

Крафтове виробництво можна характеризувати за наступними ознаками:

- *Ручна праця:* Продукція виготовляється в основному ручним способом або за допомогою традиційних інструментів. Хоча можуть використовуватись машини частково, але головний акцент робиться на ручній роботі.
- *Масштаб виробництва:* Це зазвичай невеликі підприємства або майстерні, які не спрямовані на великі обсяги виробництва. Вони намагаються зберегти високу якість продукції, керуючись індивідуальним підходом до кожної одиниці товару.
- *Використання якісних матеріалів:* Крафтові вироби часто виготовляються з використанням натуральних, якісних матеріалів, які надають продуктам унікальний вигляд і якість.
- *Унікальність:* Кожен виріб може мати свою унікальність і відмінність від інших. Ручна праця сприяє тому, що кожен екземпляр може мати свої власні особливості.
- *Локальний аспект:* Крафтові виробники часто зосереджуються на місцевому ринку або виробляють товари з використанням місцевих ресурсів, підтримуючи місцеву економіку та культуру.

Це допомагає виробникам створювати унікальні, високоякісні товари, які відрізняються від масового виробництва і зазвичай знаходять своїх шанувальників серед тих, хто цінує індивідуальність та якість.

Як промислове так і крафтове виробництво володіють потенціалом для впровадження передових технологій та методів, спрямованих на покращення якості продукції та технологічних процесів. Промисловий сектор, з його великими масштабами та доступом до високотехнологічного обладнання, може сприяти впровадженню новітніх рішень та автоматизації, що сприяє підвищенню продуктивності та стандартів якості. У той же час, крафтове виробництво, характеризуючись гнучкістю та креативним підходом, може внести унікальні особливості у створення новаторських продуктів та розвиток індивідуальних методів виробництва.

РОЗДІЛ 1. ІННОВАЦІЇ: КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ

Спільна взаємодія цих двох секторів створює сприятливі умови для обміну ідеями, передовими технологіями та кращими практиками. Синергія між ними може призвести до з'єднання передових розробок з креативними рішеннями, що відкриває шлях до значного покращення виробництва та конкурентоспроможності на ринку.

Такий обмін досвідом та інноваціями дозволяє створювати високоякісні та унікальні продукти, задовольняти змінні потреби споживачів та сприяти сталому розвитку обох секторів. Взаємодія промислового та крафтового виробництва відкриває безліч можливостей для інноваційного зростання та просування на шляху досягнення спільних цілей.

Роль інновацій в промислових та крафтових підприємствах та їх приклади наведено на рис. 1.7.



Рис. 1.7. Роль інновацій в промислових та крафтових підприємствах та їх приклади.

Інновації можуть бути важким завданням для багатьох підприємств. Виклики інновацій наведено на рис. 1.8.

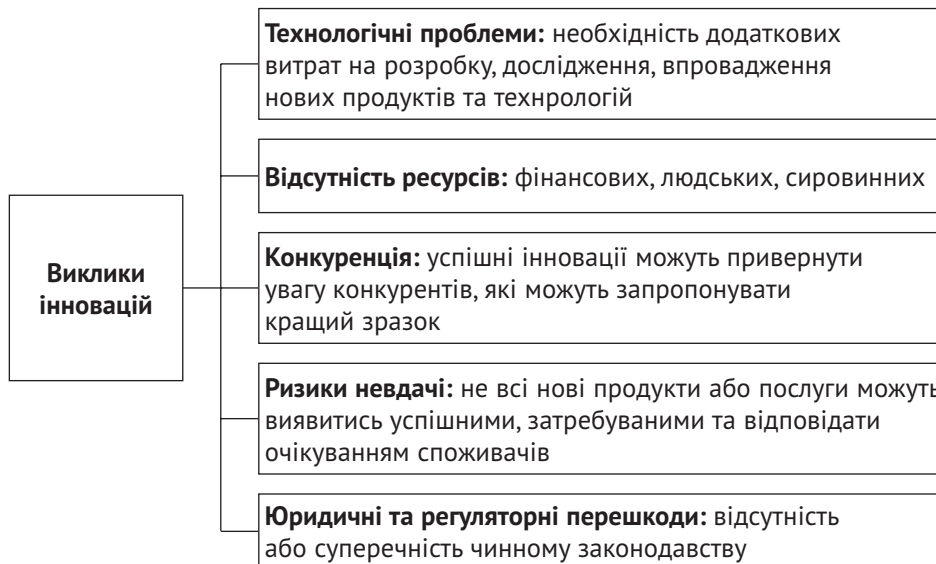


Рис. 1.8. Виклики інновацій.

Інновації грають важливу роль у забезпеченні ефективності функціонування промислових та крафтових підприємств. Вони допомагають знижувати витрати, покращувати якість і розширювати ринки збуту. Однак, інновації також вимагають інвестицій та ризику. Важливо знати, коли і як впроваджувати їх для досягнення успіху.

1.3. Характеристика інноваційного проєкту

Часто реалізація інноваційного проєкту здійснюється багатьма учасниками і організаціями. За змістовною структурою і за характером інноваційної діяльності проєкти підрозділяють на дослідницькі і науково-технічні, пов'язані з модернізацією і відновленням виробництва.

Розробка інноваційного проєкту — тривалий і дорогий процес. Від ідеї до впровадження процес передбачає 3 етапи:

- передінвестиційний,
- інвестиційний,
- експлуатаційний.

Інноваційні проекти характеризуються високою невизначеністю на всіх стадіях інноваційного циклу, більше того, успішні випробування, впровадження у виробництво не гарантують прийняття ринком і успішність реалізації — часто таке виробництво припиняється. Багато проектів дають позитивні результати на першій стадії розробки, але потім з ряду причин — проблем з ресурсами, техніко-технологічні проблеми — закриваються.

Навіть найбільш успішні проекти не застраховані від невдач — у будь-який момент можуть з'явитись більш перспективні новинки або аналоги. Інновацію складно прогнозувати через її багатоваріантність і альтернативність. Успіху інноваційного проекту сприяють фахівці-професіонали, висококваліфіковані виконавці, відповідальні засновники, зацікавлені в успіху нововведення.

Кожний інноваційний проект починається із чіткої мети, критеріїв успішного проведення і попередніх головних етапів його реалізації. Для інвестиційного проекту єдиним і головним критерієм є фінансова успішність, а для інноваційного проекту важлива принципова новизна, патентна чистота, ліцензований захист, пріоритетність напрямку, конкурентоздатність впроваджуваного нововведення, виробничі, ресурсні і технічні можливості і соціальна доцільність. Поняття «інноваційний проект» може розглядатися як:

1. Заходи для досягнення інноваційних цілей.
2. Процес здійснення інноваційної діяльності.
3. Пакет документів, що обґрунтовують і описують ці матеріали.

Інновації в технологіях харчових продуктів наведені в таблиці 1.3.

Впровадження інновацій у харчовій промисловості дозволить:

- з наукової точки зору розробити обґрунтовані принципи забезпечення стабільності харчових систем, розробити їх технологію, дослідити, визначити та узагальнити технологічні параметри виробництва нової продукції;
- з практичної точки зору — одержати широкий асортимент виробів для різних верств населення України, забезпечити високі показники якості, харчової цінності продукції, підвищити ефективність та глибину переробки сировини, поглибити кооперацію між окремими ланками харчопереробного комплексу (промислові та крафтові виробництва — заклади HoReCa);
- з соціальної точки зору — задовольнити потреби населення доступними за ціною продуктами через впровадження нового асортименту харчової продукції, створити нові робочі місця на існуючих виробничих потужностях та ін.

Інноваційна діяльність — вид діяльності, пов'язаний із трансформацією наукових досліджень і розробок, інших науково-технологічних досягнень у новий чи покращений продукт введений на ринок, в оновлений чи вдосконалений технологічний процес, що використовується у практичній діяльності, чи новий підхід до реалізації соціальних послуг, їх адаптацію до актуальних вимог суспільства.

РОЗДІЛ 1. ІННОВАЦІЇ: КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ

Таблиця 1.3. Інновації в технологіях харчових продуктів

Інновація	Інноваційні вимоги	Шляхи реалізації інновацій
Маркетингова	Задоволення потреб широких верств населення з урахуванням їх психогеографічної, поведінкової та інших характеристик. Нові харчові продукти Широкий асортимент продукції Інтеграція продукції та сервісу	Виробництво продукції, яка характеризується високою харчовою та біологічною цінністю
Технологічна	Створення єдиного циклу в межах реалізації бізнес-процесів Business to Consumer (B2C) (кінцевий споживач через роздрібну торговельну мережу) та Business to Business (B2B) (заклади ресторанного господарства різних форматів), сегменті HoReCa. Високі споживні властивості продукції. Використання сировини з низькими функціонально-технологічними властивостями. Тривалий термін зберігання	Одержання продукції у вигляді нових харчових форм Забезпечення стабільності показників якості та безпечності впродовж нормативного терміну зберігання
Еколого-гігієнічна	Натуральність продукції. Безпечність продукції. Надання продукції лікувально-профілактичних властивостей	Використання натуральних, безпечних інгредієнтів Збагачення продукції ПНЖК, харчовими волокнами, біфідокоректуючими речовинами, тощо
Технічна	Традиційне та нове технологічне устаткування, що забезпечить стабільність технологічного процесу	Застосування традиційного та сучасного обладнання
Організаційна	Виробництво – промислові та крафтові підприємства, заклади HoReCa. Реалізація – заклади HoReCa, торговельна мережа	Запровадження організаційно-технологічних принципів виробництва відповідно поставленим завданням

Інноваційною діяльністю є всі наукові, технологічні, організаційні, фінансові та комерційні дії, що реально приводять до здійснення інновацій або задумані з цією метою. Деякі види інноваційної діяльності є інноваційними самі по собі, інші не мають цієї властивості, але теж необхідні для здійснення інновацій. Інноваційна діяльність включає також дослідження і розробки, не пов'язані прямо з підготовкою якої-небудь конкретної інновації.

Об'єкти інноваційної діяльності наведено на рис. 1.9.

РОЗДІЛ 1. ІННОВАЦІЇ: КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ

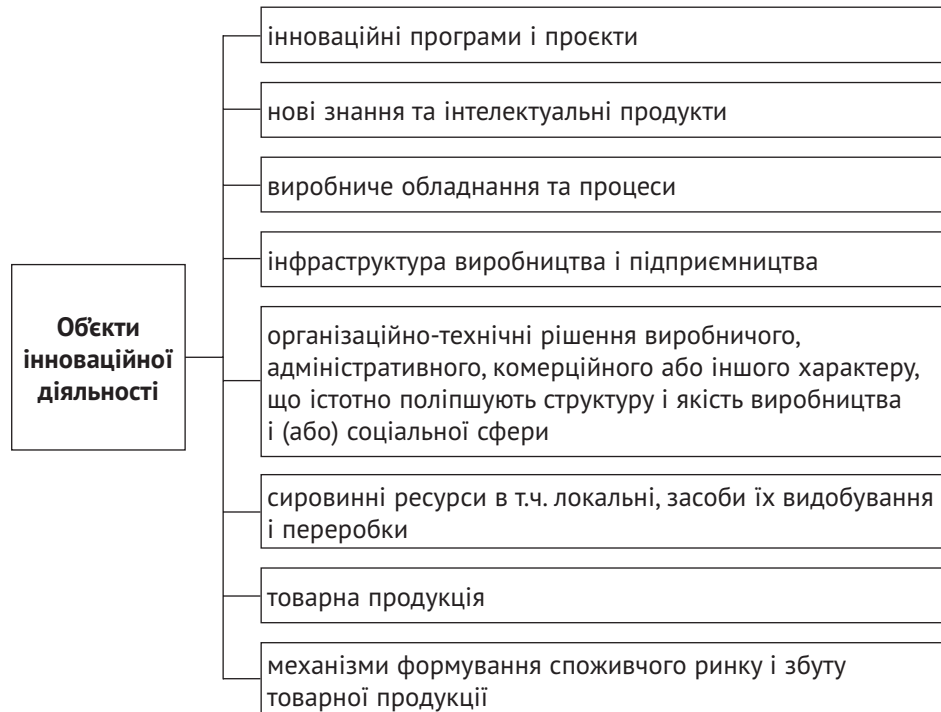


Рис. 1.9. Об'єкти інноваційної діяльності.

Суб'єктами інноваційної діяльності можуть бути фізичні або юридичні особи, які провадять інноваційну діяльність або залучають майнові та інтелектуальні цінності, вкладають власні чи запозичені кошти в реалізацію інноваційних проєктів.

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

- він є реалізацією (впровадженням) об'єкта інтелектуальної власності (винаходу, корисної моделі, промислового зразка, топографії інтегральної мікросхеми, селекційного досягнення тощо), на які виробник продукту має державні охоронні документи (патенти, свідоцтва) чи одержані від власників цих об'єктів інтелектуальної власності ліцензії, або реалізацією (впровадженням) відкриттів. При цьому використаний об'єкт інтелектуальної власності має бути визначальним для даного продукту;
- розробка продукту підвищує вітчизняний науково-технічний і технологічний рівень;

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

Метою оцінювання результатів інноваційної діяльності підприємства є визначення очікуваних сфер прикладання та використання інновацій та формування комплексної характеристики результатів, яких досягають за новими підходами до задоволення існуючих або створених потреб споживачів.

Критерії оцінювання результатів інноваційної діяльності організації наведено на рис. 1.10.

Економічний ефект визначається переважанням вартісної оцінки результатів інноваційної діяльності над вартісною оцінкою пов'язаних із нею витрат.

Економічний ефект від інноваційної діяльності оцінюється прибутком від:

- реалізації інноваційної продукції або послуг;
- впровадження нового технологічного процесу;
- покращення використання виробничих потужностей;
- впровадження винаходів, корисних моделей, промислових зразків, раціоналізаторських пропозицій тощо;
- ліцензійної діяльності.

Науково-технічний ефект супроводжується приростом наукової, науково-технічної й технічної інформації. Проте кількісно оцінити його практично неможливо.

Науково-технічний ефект інноваційної діяльності оцінюється показниками:

- підвищення науково-технічного рівня виробництва;
- підвищення організаційного рівня виробництва і праці;
- можливим масштабом застосування (народногосподарським, галузевим, на рівні окремих підприємств);
- ступенем ймовірності успіху (значним, помірним, низьким);
- кількістю зареєстрованих охоронних документів (авторських свідоцтв, патентів, ноу-хау, ліцензій тощо);
- збільшенням частки нових інформаційних технологій;
- збільшенням частки нових технологічних процесів;
- підвищенням рівня автоматизації й роботизації виробництва;
- зростанням кількості науково-технічних публікацій;
- підвищенням конкурентоспроможності підприємства та його товарів на вітчизняних і зарубіжних ринках.

Податковий ефект від інноваційної діяльності полягає в економії готівкових коштів суб'єкта господарювання завдяки комплексу податкових та інших пільг, що надаються виконавцям інноваційних програм та проектів згідно із законодавством України.

Оцінювання соціального ефекту науково-технічних інновацій належить до найскладніших у методологічному аспекті проблем ефективності інноваційної

РОЗДІЛ 1. ІННОВАЦІЇ: КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ

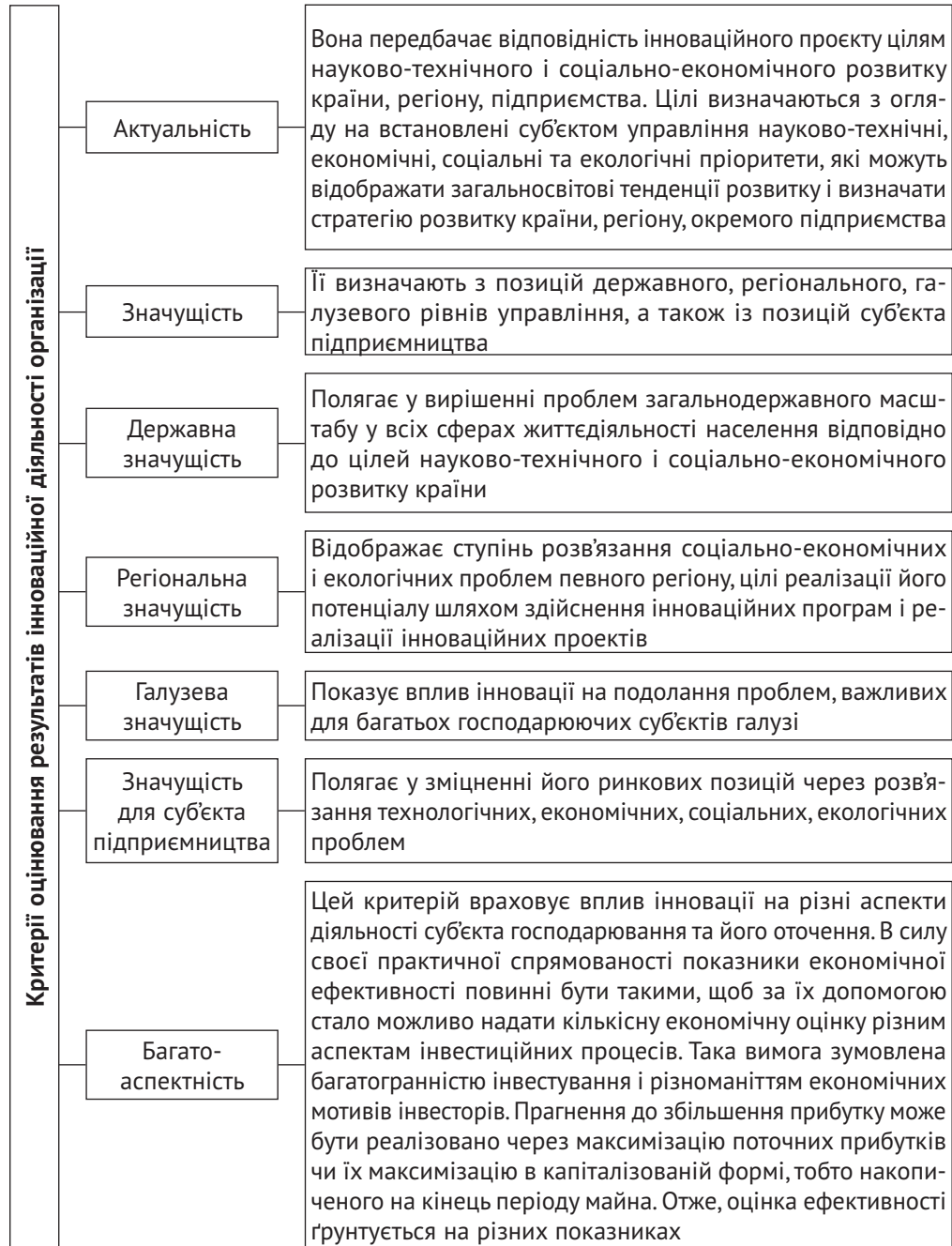


Рис. 1.10. Критерії оцінювання результатів інноваційної діяльності організації.

діяльності. Деякі прояви соціального ефекту важко або ж і взагалі неможливо оцінити, й тоді їх беруть до уваги як додаткові показники ефективності галузей національної економіки і враховують при прийнятті рішень про пріоритетність проекту та його державну підтримку.

Ресурсний ефект від інноваційної діяльності відображає вплив інновацій на обсяг виробництва і споживання того чи іншого виду ресурсів. Він виявляється у вивільненні ресурсів на підприємстві, зокрема матеріальних, трудових, фінансових.

Екологічний ефект характеризує вплив інноваційної діяльності суб'єктів господарювання на довкілля.

Створення складних технологічних систем призводить до значного збільшення техногенного навантаження та екологічного ризику. Особливої актуальності в екологічній оцінці інновацій набуває їхня екологічна безпека.

Через це необхідно підвищувати вимоги до якості проектування, виготовлення, експлуатації складних технічних систем, їхньої надійності; створення технічних засобів, що автоматично блокують наслідки недоліків у рівні організації праці, техніки й технології, що запобігає аваріям і ліквідує їх наслідки.

Критерії ефективності інноваційної діяльності наведено на рис. 1.11.

1.4. Досвід, місце та перспективи розвитку HoReCa в сучасному суспільстві

Досвід функціонування галузі HoReCa відображає накопичені знання та здобуті практичні навички у сферах обслуговування, гостинності та харчових технологій. Цей комплексний підхід формує основу для забезпечення якості наданих послуг, відповідальності перед клієнтами та стратегічного планування в умовах стійкої конкуренції.

У сучасному суспільстві місце HoReCa є ключовим, оскільки виступає як ключовий елемент для формування соціальних зв'язків, сприяє обміну культурними цінностями та сприяє формуванню особистісної ідентичності. Готелі, ресторани та кафе не лише надають послуги харчування та розміщення, але і є місцями зустрічей, бізнес-переговорів та культурного обміну.

Галузь гостинності (HoReCa) є однією з вагомих складових сучасного суспільства, виконуючи важливу роль у задоволенні потреб споживачів, формуванні нових робочих місць та впливі на економічний розвиток.



Рис. 1.11. Критерії ефективності інноваційної діяльності.

Досвід, місце та перспективи розвитку галузі HoReCa (готельно-ресторанного бізнесу) в сучасному суспільстві визначаються складним контекстом соціокультурних та економічних факторів. За допомогою зростання глобалізації, технологічних інновацій та зміни у споживацьких уподобаннях, галузь HoReCa переживає постійні трансформації.

Сфера гостинності (HoReCa) — це напрям з надання послуг, що характеризується високим рівнем конкуренції та насиченістю ринку. Сфера HoReCa в Україні є однією з найбільш динамічних. У більшості випадків установи у сфері HoReCa створюються або відкриваються відомими рестораторами, які мають вже визнану репутацію в межах країни чи за її межами, або ж запускаються на основі добре зарекомендованих франшизних моделей, що мають успішний трек-рекорд на ринку.

HoReCa — аббревіатура від слів Ho (Hotel), Re (Restaurant), Ca (Catering/Cafe/ Casino). Цей напрям набуває все більшого значення і актуальності, а головне, має величезний потенціал для зростання. Це поняття активно використовують ресторатори, готель'єри, та інші фахівці які пов'язані із сферою гостинності. В нашій країні цей термін з'явився відносно недавно, наприкінці 90х років, з появою таких закладів як ресторани, кав'ярні, нічні клуби, тощо. Більш широко термін HoReCa розповсюджений в Європі та США. Важливо також зазначити, що це поняття не відноситься виключно до закладів харчування. Підприємці, які займаються виробництвом та постачанням різної продукції до закладів та в торгівельну мережу (наприклад продукти харчування, паперовий посуд, барне обладнання і тд.), теж відносяться до працівників сфери HoReCa. Вона створює робочі місця не лише у сфері обслуговування, а й у виробництві, технологіях, маркетингу та інших дотичних галузях.

HoReCa — ця аббревіатура, яка пояснює структуру індустрії гостинності та охоплює обладнання, харчування для готелів, ресторанів, кафе та інші громадські заклади. Поняття HoReCa включає у себе багато структурних елементів, вони мають між собою багато спільного, найважливіші з них наведено на рис. 1.12.

HoReCa — це сегмент сфери послуг і канал збуту товарів з безпосереднім споживанням товару в місці продажу.

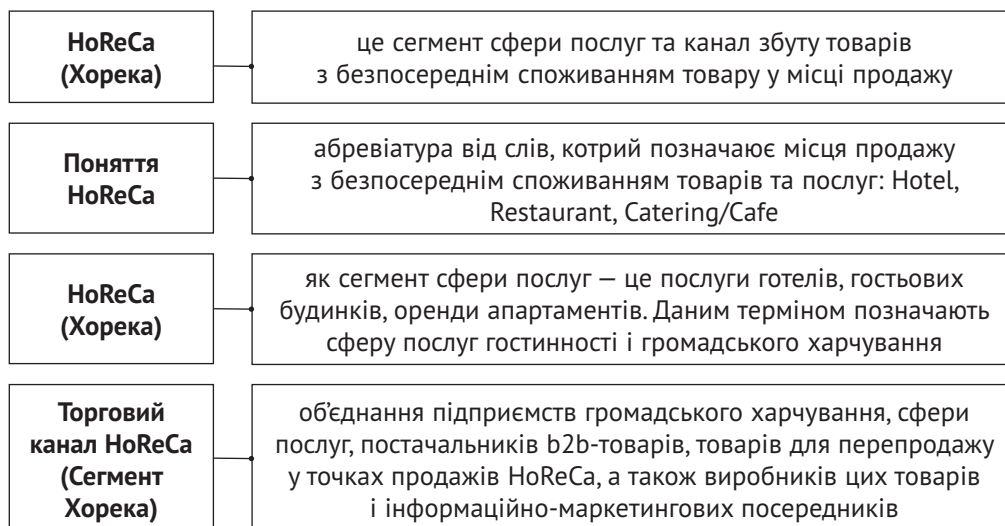


Рис. 1.12. Основні характеристики поняття HoReCa.

HoReCa як сегмент сфери послуг — це послуги готелів, закладів харчування, аренди апартаментів. Даним терміном характеризують сферу послуг гостинності і громадського харчування.

HoReCa включає в себе 3 основні складові:

- оптимізація бізнес-мережі: збільшення клієнтської бази, впізнаваність закладу, брендінг;
- якісне обслуговування клієнтів і постійна робота над підвищенням кваліфікації;
- робота з дотриманням норм закону — знання нормативно-правової бази, згідно з якою працюють заклади.

Гостинність є одним із фундаментальних понять людської цивілізації, яка в наш час забезпечується такими видами економічної діяльності, як готельне і ресторанне господарство. Протягом віків воно пройшло складний шлях від місць для нічного відпочинку подорожуючих та організації їх харчування до створення потужних об'єднань мереж готелів і ресторанів.

Галузь HoReCa виникла відповідно до зміни споживчих потреб у суспільстві. Вона охоплює широкий спектр діяльності від готелів, ресторанів та кафе до послуг харчування та розваг. Зародившись як відповідь на потреби людей у харчуванні та проживанні в іншому місці, галузь швидко трансформувалася в складний механізм, де сервіс, якість продуктів та творчий підхід стали ключовими факторами успіху.

1.5. Розвиток українських ресторацій – від корчми до ресторану

Початок гостинного бізнесу можна відстежити ще в давнину, але його сучасна форма виникла у контексті індустріальної революції та зростання міжнародного туризму. З тих пір ця галузь пройшла низку етапів розвитку, змінюючи свої форми, послуги та способи взаємодії з клієнтами. Наприклад, з'явилися глобальні готельні мережі, змінився підхід до гастрономічних витрат, і розвинулися нові формати ресторанів та кафе.

Зародження української національної кулінарної традиції відбувалось в межах першого етапу розвитку ресторанної справи протягом IV тис. до н.е. — VII ст. н.е. Визначну роль тут відігравали основні заняття людей — скотарство та землеробство, що спонукало їх до особливого способу приготування їжі в печах закритого типу.

З прийняттям християнства в Київській Русі у 988 р. посилюються культурні й релігійні зв'язки з країнами християнського світу — великого розвитку набуває

паломництво. В Україні до паломників ставилися дуже шанобливо. Паломники могли зупинятися у приватних будинках і садибах, при церквах і монастирях, де нічліг був переважно безкоштовним, рідше вимагав посильного пожертвування.

Безкоштовним було і харчування для бідних прочан в їдальні Лаври. Для інших категорій паломників страви також коштували недорого. Харчування паломників, що зупинялися в Лаврі, забезпечувалось частково власним виробництвом, а цукор, сіль, солонина, риба, крупи, борошно, олія, вино купувались у постачальників. Харчування було, в основному, пісним, але досить різноманітним: готувалися страви з овочів, картоплі, грибів, випікався хліб, пиріжки. В якості напоїв подавали чай і квас.

Безкоштовно годували мандрівників і в Троїцькому монастирі, в Китаєвській і Феофанівській пустинях (монастирі).

У XII – XIII ст. в Київській Русі почали з'являтися постоялі або гостинні двори. Вони були призначені для всіх категорій населення. Територія гостинного двору мала прямокутну форму обнесена кам'яною або дерев'яною огорожею, на якій знаходилися різноманітні приміщення об'єднанні між собою критими галереями. В них можна було розмістити коней і транспортні засоби відвідувачів, тобто пропонувалися послуги «постою», а також поїсти та переночувати. У Києві були «вірменський двір», «генуезький двір», «венетіанський двір» та ін. До XV ст. постоялі двори приєдналися до поштових станцій. По суті їх можна назвати прообразами мотелів. У великих містах з'явилися гостинні двори, що відрізняються від постоялих тим, що тут подорожні діставали можливість не тільки розміщення і харчування, але і здійснення комерційних операцій, тобто в гостинних дворах об'єднувалися мебльовані кімнати, торгові ряди, лавки, склади. Як правило, все це обносилося стінами і баштами з в'їзними комірами. Постоялі двори вздовж доріг проіснували до сер. XIX ст. і припинили своє існування з розвитком залізниці.

Українська національна кулінарна традиція продовжувала формуватися за принципом «всупереч ворогам», що спонукало українців до оптимізації сировини, що використовувалась, а також завдяки використанню нових продуктів харчування, що з'являлись у результаті розширення міждержавних зв'язків України. В подальшому основу для розвитку ресторанного бізнесу в Україні того часу створив корчемний промисел.

Корчма — самобутній давньослов'янський питний заклад. Серед християнських святих є навіть свій покровитель рестораторів — Феодот корчмар.

Цей заклад у залежності від часу та місця перебування виконував не тільки громадські, але й загальнодержавні обов'язки. На початку свого існування і до початку XII століття корчма була вільним закладом. Він служив для народу «трибуною», де оголошувались новини, з якої суспільні діячі того часу обговорювали різні справи і заходи. В корчмі засідали земські суди. Майже в кожному місті була, щонайменше, одна корчма, а десь — і по дві, і по чотири. Але, з утратою «вільності», корчма стала,

якщо не цілком, то майже державною установою. Корчемний промисел був високоприбутковим, тому обкладався податтю. Введення помісного посиленого податку посприяло стрімкому розвитку таємного корчемництва у всіх князівствах Русі.

У XVI столітті за ініціативою держави на Русі з'явився новий тип закладу харчування — *шинок*, який, маючи вагому урядову підтримку, переміг у конкурентній боротьбі корчму.

В той же час на Галичині, зокрема у Львові, особливого поширення набули *забігайлівки* — заклад харчування, в якому подавали перші алкогольні напої. Цей аналог кафе або невеликого ресторану.

Перша кав'ярня на території сучасної України, а саме в Речі Посполитій, з'явилась в 1672 р. в Кам'янці-Подільському. До Львова мода на каву прийшла дещо пізніше у XVIII ст. Пили каву з молоком і цукром з філіжанки, а подавали її у кавнику (імбрику).

У період володарювання Золотої Орди (XIII–XIV ст.) на Русі виникають постійні двори для чиновників і гінців великого хана, які називалися «*ямами*». Татарське слово «ям» означає «станція». В ямах вони харчувались, відпочивали, міняли коней. Послуги розміщення і харчування доповнювали послугами перевезення, якими займалася Ямська служба.

У XVI — I пол. XVII ст. одним з торгових центрів Східної Європи був Київ. Через нього проходили купецькі каравани з Польщі, Кримського ханства, Туреччини, Молдови, Греції, Угорщини та інших країн Західної Європи, які прямували не лише в Україні, а й до інших держав. Українські купці мали право безмитної торгівлі в прикордонних містах. Для них створювалися спеціальні гостинні двори. На чумацьких і торговельних шляхах України здавались в оренду корчми, які не лише вели торгівлю алкогольними напоями, а й служили місцем ночівлі для мандрівників.

Трактир (від польського слова «тракт» — дорога) — стіл без ночівлі з подаванням горілки, вина, англійського пива, кави, чаю, шоколаду та тютюну. Підприємство харчування з обслуговуванням офіціантами, розташоване біля дороги, з широким асортиментом закусок, гарячих перших і других страв та буфетної продукції. Були трактири фешенебельні — для багатих і дешеві — для бідних. Вони стали родоначальниками нинішніх ресторанів. Кращі вулиці Києва прикрашали вивіски трактирів: Місто Париж, Королівський будинок, Шведська, Таврійський. Господарі цих закладів були іноземці: французи, англійці, німці та ін.

Справжні ресторани в Україні з'явилися в 1805 р. У 1821 р. виникла необхідність законодавчого врегулювання ведення ресторанної справи, тому було видано Положення «Про заклади трактирного промислу» (із змінами 1835 р.; 1861 р.; 1893 р.), в якому виділялись категорії: готелі, ресторації, кавові будинки, трактири і харчевні. Поняття ресторану як окремого закладу високого класу було оформлено юридично лише в 1894 р.

Харчевня — підприємство харчування, в якому можна було скуштувати перші і другі страви, закуски, а також випити горілки.

Чайна — підприємство харчування, в якому торгували тільки другими стравами та буфетною продукцією (без алкогольних напоїв). Чай подавався зазвичай у двох чайниках: перший — для окропу, другий — для заварки. Для «чайних закладів» державою були запропоновані особливі умови функціонування: мінімальна оренд-на плата та дуже низька ставка податку, завдяки яким цей тип закладу швидко розповсюдився.

Кабак — питний заклад для простого люду, де подавалися тільки випивка (горілка, пиво, медовуха). Кабак представляв собою велику кімнату з простою обстановкою.

На території сучасної України, в кінці XIX — початку XX ст. під впливом західної культури набули досить широкого розповсюдження кондитерські та кафе-шантани, в яких подавали вина, фрукти, закуски, грав оркестр, організовували концерти, танці. Таким чином на ринку поступово з'являються підприємства (заклади) харчування з організацією дозвілля (розважальних вистав).

Історичні довідки свідчать, що ресторанний бізнес середини XIX — початку XX ст., разом з готельним, був одним із найпрестижніших та найприбутковіших. Соціально-культурна значущість цього сектору економіки визнавалась як урядом, так і суспільством.

Розквіт кав'ярень доводиться на перше десятиліття XX ст. Так, 1906 р. у Львові було 25 кав'ярень, 1911 — 46. На зміну віденському типу кав'ярень прийшов варшавський, що характеризувався великою увагою до інтер'єру.

Жовтневі події мали негативний вплив на розвиток ресторанної справи на території сучасної України. Відповідно до перших декретів радянської влади ресторанний бізнес був віднесений до торгівлі; підприємства ресторанного бізнесу були націоналізовані, унікальна кулінарна традиція визнана «антиреволюційною», «буржуазною» та «антирадянською». Реорганізація ресторанного бізнесу в громадське харчування заклало основи гігантського відставання цього сектору економіки у порівнянні з іншими країнами світу. Однією із найскладніших проблем, що мала довгостроковий характер, була втрата висококваліфікованого персоналу — рестораторів із професійними знаннями, напрацюваннями, брендами, гастрономічними традиціями тощо.

Окремі елементи ресторанного бізнесу спостерігались у ресторанах і кафе, що належали до загальнодоступної мережі. За позицією вітчизняних науковців у цей період відбулась уніфікація української кухні за рахунок розробки та реалізації стандартів; все різноманіття української кухні було зведено до мінімального набору страв.

Як результат реалізації політики індустріалізації країни, у великих промислових центрах у другій половині 20-х років XX ст. створюються перші великі підприємства харчування типу «фабрика-кухня», формуються централізовані системи організації

харчування, що в подальшому сприяло поділу та розвитку мереж заготівельних і доготівельних підприємств (закладів) громадського харчування (ресторанного господарства).

Позитивний вплив на розвиток підприємств (закладів), особливо тих, які займалися організацією харчування на заводах та на транспорті, мала інновація 50–60-х років ХХ ст., що полягала у виробництві та подальшому використанні заморожених продуктів. Зростанню швидкості обслуговування та збільшенню рівня задоволення потреби у послугах з організації харчування сприяв активний розвиток системи самообслуговування, що наприкінці 1959 р. охопив близько 90% їдальень, чайних, кафе та закусточних. Значні переваги, пов'язані з економією праці та часу обслуговування при організації харчування за місцем навчання та роботи, надав розвиток мережі буфетів без продавців та залів саморозрахунку в їдальнях на шахтах, у вузах і школах, а також запровадження продажу абонементів на харчування та організація харчування в кредит.

У 70-ті роки ХХ ст. завдяки новим технічним можливостям було розширено асортимент підприємств швидкого обслуговування, що сприяло зростанню їх популярності, а отже, обумовило активний розвиток у різних країнах світу.

Таким чином, для українського ресторанного бізнесу часовий проміжок від початку 20-х років до кінця 80-х років ХХ ст. — був періодом кардинальних змін, що характеризувався реорганізацією ресторанного бізнесу в громадське харчування.

З отримання України незалежності, почався період якісного та кількісного ресторанного розвитку.

Окремі науковці вважають цей період «новим народженням» українського ресторанного бізнесу. Роздержавлення та приватизація, комерціалізація розпочали процеси ринкових перетворень, сприяли становленню ресторанного бізнесу в Україні, під час якого відбувались та продовжують відбуватись кардинальні зміни, що характеризуються змінами форм власності з державної та колективної на приватну, можливістю обрання різних організаційно-правових форм господарювання, формуванням нової мережі закладів фізичних осіб — підприємців та зміною співвідношення з мережею підприємств — юридичних осіб, суттєвими змінами часток загальнодоступної та закритої мереж, змінами в структурі мережі за типами закладів, формуванням мережевих та немережевих загальнодоступних підприємств тощо.

Починаючи з другої половини ХХ ст. і до теперішнього часу, розвитку сфери HoReCa притаманне активне менеджерське прагнення до інновацій, яке, насамперед, обумовлено загостренням конкуренції. У цей період на ринку ресторанного господарства з'явилися інноваційні підходи (рис.1.13).

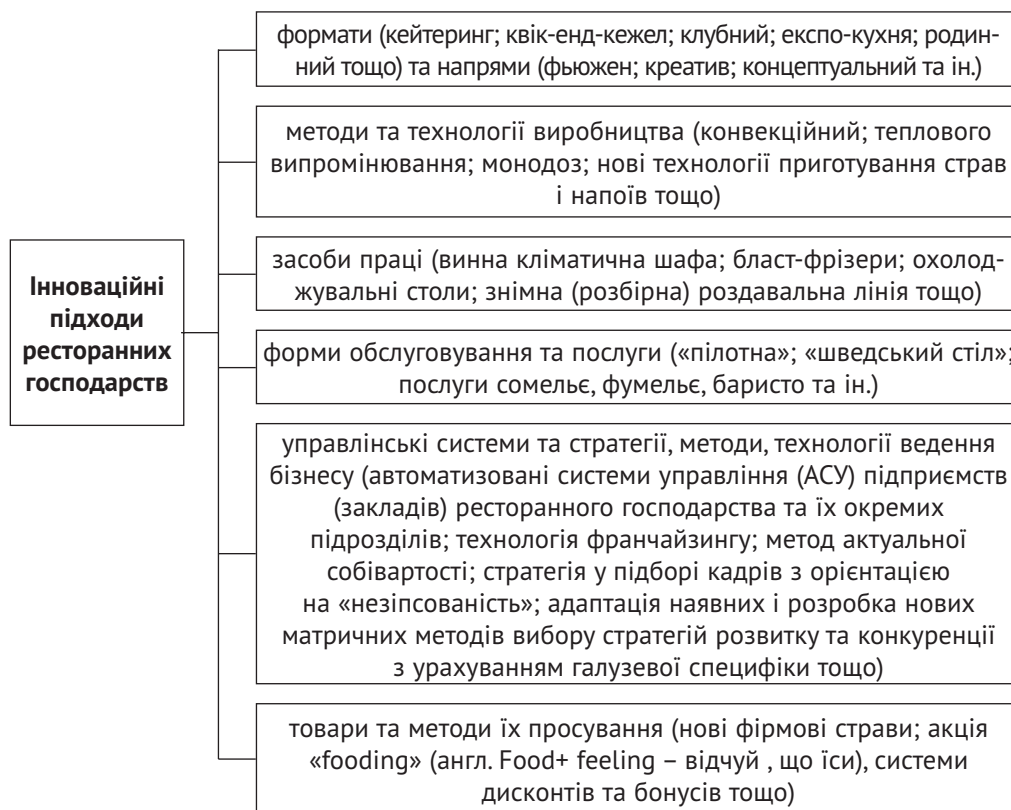


Рис. 1.13. Інноваційні підходи ресторанних господарств.

1.5.1. Перспективи та можливості розвитку HoReCa

Український ринок HoReCa досить динамічний і конкурентноздібний. В порівнянні з Європою, на 1 місце в ресторані в 2016–2021 рр. приходилось близько 30 людей, в Європі всього 8. Це говорить про те, що галузь гостинності в Україні добре розвивається і популярна.

З початком пандемії цей показник значно зменшився, і загалом активність закладів громадського харчування та кав'ярень почала помітно зменшуватись. Введення режиму локдауну обмежило доступ відвідувачів до закладів і встановило суворі обмеження. Попит на послуги харчування за межами дому значно впав у популярності. Після цих подій тільки 70% закладів змогли відновити свою діяльність.

Події 2022 року, початок повномасштабного вторгнення, призвели до нової кризи у сфері HoReCa. Більшість закладів припинили свою діяльність, власники кав'ярень та ресторанів емігрували за кордон, розпочавши свою діяльність в інших країнах. Це призвело до нестабільної ситуації на ринку у поточний час. Наразі розвитку

набувають заклади, які роблять акцент на доставку харчування та гастрономічні ресторани, які повністю оновили концепцію своєї діяльності, та не стримуються у формуванні неординарних і креативних меню.

Позитивні наслідки розвитку ресторанного господарства в Україні наведені на рис. 1.14.

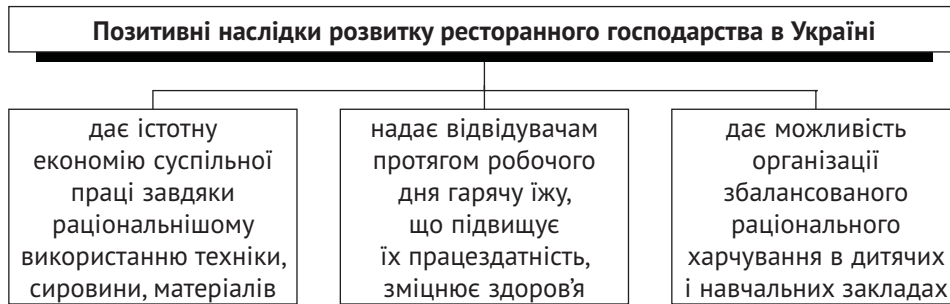


Рис. 1.14. Позитивні наслідки розвитку ресторанного господарства в Україні.

Ресторанне господарство України одним із перших перейшло на ринкові відносини. Після приватизації підприємств змінилася організаційно-правова основа системи ресторанного господарства, почала діяти велика кількість приватних підприємств.

Невід'ємною складовою ринкової економіки є *конкуренція*. Оскільки у відвідувачів з'являється можливість вибору, основними завданнями кожного підприємства є поліпшення якості продукції і послуг, що надаються.

Запорукою успішної діяльності підприємства є якість наданих послуг, які наведені на рис. 1.15.

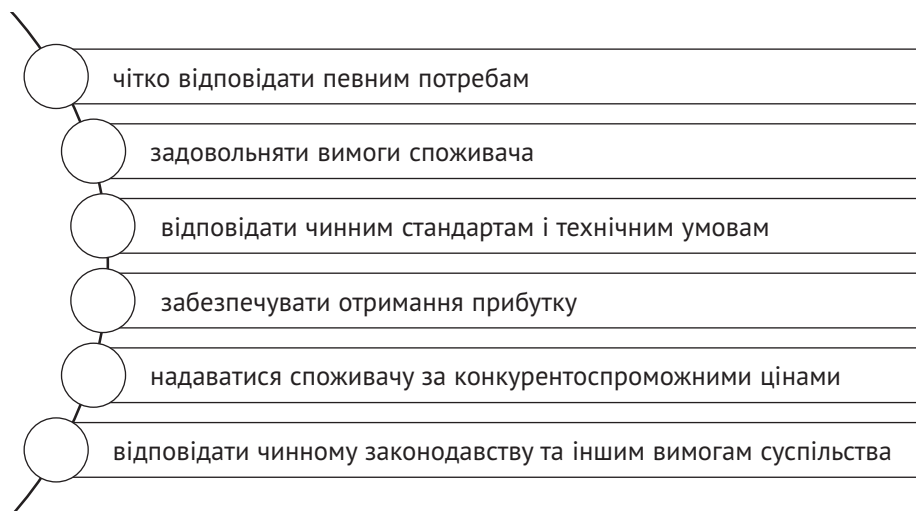


Рис. 1.15. Вимоги до якості наданих послуг.

Для досягнення поставлених цілей підприємство має враховувати також усі технічні, адміністративні і людські чинники, які впливають на якість продукції та її безпеку і у сукупності творять систему якості.

Така система охоплює багато сегментів. Вона включає відповідальність керівництва, закупівлю сировини і продуктів, розробку нових видів продукції, управління виробництвом, контроль, ідентифікацію послуги і продукції, попередження неправильних дій, керування процесами обслуговування, статистичні методи, безпеку продукції, маркетинг, підготовку кадрів.

Сектор HoReCa залишається важливим елементом сучасного суспільства, об'єднуючи економічний, соціальний та культурний вплив. Його розвиток залежить від вміння адаптуватися до змін, впроваджувати нові технології та відповідати на потреби споживачів.

Крім того, зростаючий інтерес до здорового способу життя й екологічно чистих продуктів ставить виклик перед готельно-ресторанними закладами — необхідність пристосування меню та концепцій до цих нових потреб споживачів.

Завдяки акцентуванню уваги на сталому розвитку, частішому використанню локальних продуктів та зменшенню відходів, галузь HoReCa може відігравати ключову роль у формуванні більш екологічно свідомого підходу.

Індустрія гостинності відіграє значущу роль у розвитку економіки, сприяючи зростанню туризму, створенню робочих місць та розвитку інфраструктури. Крім того, ця галузь має важливе соціокультурне значення, впливаючи на формування культурних та гастрономічних традицій, створюючи місця для суспільних зустрічей та сприяючи розвитку кулінарних та культурних навичок.

У сучасному світі галузь HoReCa постійно трансформується під впливом нових технологій, змін у споживчих уподобаннях та екологічних вимог. Очікується подальше зростання використання цифрових технологій для забезпечення зручності клієнтів, розвитку онлайн-сервісів та персоналізованого обслуговування. Крім цього, галузь активно реагує на екологічні виклики, розвиваючи концепції сталого харчування та зменшення впливу на навколишнє середовище.

Перспективи розвитку галузі HoReCa полягають у вдосконаленні технологічних процесів, оптимізації обслуговування, а також у вдосконаленні стандартів безпеки та сталого розвитку. Очікується, що зміни у споживацьких тенденціях, зростання популярності здорового способу життя та стійке підтримання культурного розмаїття визначатимуть еволюцію галузі HoReCa у майбутньому.

У підсумку, досвід, місце та перспективи розвитку HoReCa в сучасному суспільстві залежать від глибокого розуміння потреб споживачів, вдосконалення технологій та здатності адаптуватися до постійних змін у соціокультурному та економічному оточенні.

В умовах розвитку ринкової економіки та інтеграції України у світовий економічний простір переглядаються місце і роль сфери гостинності. Зміни економічного

розвитку у країні вимагають застосування нових підходів до управління та організації діяльності, які повинні бути орієнтовані на максимальне задоволення попиту споживачів і забезпечення високого рівня ефективності їх виробничо-економічної діяльності.

Щоб досягти в ній успіху, важливо подбати про усі складові, зокрема:

- Специфіка сфери HoReCa — постійна турбота про клієнта, максимальна орієнтація на потреби відвідувача. Клієнти в кафе платять не тільки за конкретний виріб в меню та напої в коктейльній карті. Вони платять за настрій, сервіс і атмосферу.
- Особливості оформлення інтер'єру закладу.
- Пошук персоналу. Особлива увага — на підбір персоналу. Хостес, офіціант, адміністратор — кожен з них може як зіпсувати враження про заклад, так і закохати в нього і зробити випадкового відвідувача лояльним постійним клієнтом.
- Асортимент. Успішні заклади не стають такими відразу. Це складна робота, в якій потрібно врахувати усі складові.

Бізнес (HoReCa), який включає в себе готелі, ресторани, кафе, бари та інші заклади гостинності, має багатий історичний досвід та важливе місце в сучасному суспільстві. З врахуванням досвіду перспективними напрямками розвитку HoReCa є:

- *Туризм*: сфера гостинності виступає ключовим сегментом туристичної індустрії. Гостинність грає важливу роль у привабливості туристів та підтримці подорожей.
- *Економічна важливість*: бізнес HoReCa створює велику кількість робочих місць і приносить значний дохід для регіональної та національної економіки.
- *Споживацька культура*: заклади гостинності це не лише місцем харчування, але і соціальні точки зустрічей та розваг.
- *Технологічні інновації*: Використання технологій, таких як онлайн-бронювання, додатки для замовлення їжі і автоматизовані системи обслуговування, допомагають покращити якість обслуговування та зменшити витрати.
- *Сталість та сталоорієнтований бізнес*: зросла увага до сталого розвитку, тому багато підприємств HoReCa шукають способи зменшити вплив на навколишнє середовище щоб забезпечити екологічну відповідальність.
- *Зміна споживацьких уподобань*: сучасні споживачі більше цінують якість, аутентичність та органічність продуктів, що відкриває нові можливості для ресторанів та кафе.

Незважаючи на багатий досвід та важливе місце в суспільстві, галузь HoReCa постійно змінюється та адаптується до нових тенденцій та вимог споживачів. Для успішного розвитку в ньому важливі інновації, які допомагають підприємствам виживати в конкурентному середовищі та задовольняти потреби сучасного споживача.

ПРЕДМЕТНИЙ ПОКАЖЧИК

Б

Бактеріальні препарати 76, 107,
155–157, 181, 219–221, 230, 238
Бланшування 110, 125, 129

В

Варіння 54, 79, 101–116, 122–124,
129
Вино 332–340

Г

Гомогенізація 356

Д

Деформація 133, 206
Дистилят 294–324

Е

Емульсія 73, 153, 214, 220, 248, 356

Ж

Жилування 110, 128
Жир 33, 47, 60–64, 127, 138

З

Заморожування 79, 147, 170,
199–203
Зберігання 234, 250, 264, 289, 343
Зерно 317–321

Й

Йогурт 153, 183–184, 356

К

Казеїн 188, 231, 243
Кисломолочні напої 177–181, 207
Ковбаси,
варені 47, 49, 100
варено-копчені 46–53, 103, 116
ліверні 49–51
напівкопчені 103, 116
Ковбасні вироби 45
Консерви 134, 137, 235
Коптильні препарати 116
Кров 95, 108, 128
Кутерування 113, 130

Л

Лактоза 144, 153, 183

М

Масло 209–218
Мембрани 162, 323–324
Молоко,
козине 144, 147
коров'яче 150–154
овече 148–150
питне 158–161
пастеризоване 161–166

ультрапастеризоване 169–171,
174
Молочні десерти 194–200, 206
М'ясний хліб 100
М'ясо 52, 55, 60–69

Н

Напівфабрикат 40–46, 89, 355, 356
Нормалізація 173, 186, 214, 250

О

Обсмажування 115, 129
Очищення 164, 256
Охолодження 250, 294, 352

П

Пастеризація 132, 160, 250, 259
Пиво 265–281
Плавлення 217, 236, 243, 358
Подрібнення 129, 283, 323
Пресування 189, 334, 345

С

Сало 66, 113, 122, 130
Самопересування 189, 223
Сир 219–230

Сиркові,
вироби 158, 199–208
десерти 208
креми 207
Сир кисломолочний 207, 236, 242
Сиркові продукти 199–208
Сироватка 257–264
Сичужно-бродильна проба 148
Солі-стабілізатори 174, 245
Сортування 66, 85, 133
Соя 39, 70, 190
Стерилізація 125, 128, 131–133
Субпродукти 108, 124–137

Т

Термічна обробка 246, 337

Ф

Фарш 136, 196–201

Х

Хлопуші 133

Ш

Шприцювання 113–119

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Використання інноваційних технологій в галузі туризму: монографія / Зайцева В. М., Гурова Д. Д., Корнієнко О. М., Кукліна Т. С., Журавльова С. М. — Запоріжжя: Дике Поле, 2015. — 144 с. ISBN 978-966-2752-58-8.
2. Сидорук, С., Матвійчук, Л., & Лепкий, М. (2023). Особливості стратегічної діагностики сфери HORECA у військовий період. *Innovations and Technologies in the Service Sphere and Food Industry*, (2 (8), 5-11. [https://doi.org/10.32782/2708-4949.2\(8\).2023.1](https://doi.org/10.32782/2708-4949.2(8).2023.1)
3. HoReCa : навч. посіб. : у 3 т. — Т. 2. Ресторани / [А.А. Мазаракі, С.Л. Шаповал, С.В. Мельниченко та ін.] ; за ред. А.А. Мазаракі. — Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. — 312 с.
4. Загальні технології харчової промисловості: підручник / О. А. Савченко, О. В. Грек, М. С. Ніколаєнко, О. А. Топчій, А. В. Тимчук. — Київ : Компрінт, 2023. — 427 с.
5. Актуальні проблеми м'ясопереробної галузі: підручник / Л.В. Баль-Прилипко, Н.М. Слободянюк, Б.І. Леонова, Ю.П. Крижова — К. : «Компрінт», 2016.— 423 с.
6. Технологія м'ясних консервів: навч. посіб. / Крижова Ю. П., Баль-Прилипко Л. В. — Київ : Компрінт, 2016. — 554 с.
7. Технологія м'яса та м'ясних продуктів : підручник / М. М. Клименко, Л. Г. Віннікова, І. Г. Береза та ін. ; за ред. М. М. Клименка. — Київ : Вища освіта, 2006. — 640 с.
8. Стандартизація, метрологія, сертифікація та управління якістю: підручник / Баль-Прилипко Л. В., Слободянюк Н. М., Поліщук Г. Є., Паска М. З., Бурак В. Є. — Київ : Компрінт, 2017. — 571 с.
9. Науково-практичні аспекти технології сиркових виробів із зерновими інгредієнтами : монографія / О. А. Савченко, О. О. Онопрійчук, О. В. Грек; Національний університет біоресурсів і природокористування України. — Київ : Компрінт, 2021. — 198 с.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

10. Савченко О. А., Грек О. В., Красуля О. О. Актуальні питання технологій молочно-білкових концентратів: теорія і практика. Монографія. — К.: ЦП «Компринт», 2015. — 293 с.
11. Загальні технології харчових виробництв : підручник / В. А. Домарецький, П. Л. Шиян, М. М. Калакура, Л. Ф. Романенко. — К. : Университет «Україна», НУХТ, 2010. — 814 с.
12. Наукові основи безвідходних технологій відновлюваної сировини: підручник / О. В. Грек, О. О. Онопрійчук. — К., НУХТ, 2020. — 323 с.
13. Технологія виробництва молочних продуктів спеціального призначення: підручник / О. А. Савченко, О. В. Грек, О. О. Красуля. — К., ЦП «Компринт», 2017.— 218 с.
14. Технологія отримання та первинного оброблення молока : підручник / О. В. Кочубей-Литвиненко, Н. М. Ющенко. — К. : НУХТ, 2013. — 211 с.
15. Савченко О. А., Грек О. В., Петрина А.Б, Топчій О. А., Красуля О. О. Технології продуктів з модифікованим жировим складом : реалії та тенденції. Монографія — К., ЦП «Компринт», 2018.— 250 с.
16. Савченко О.А., Грек О.В., Красуля О.О. Сучасні технології молочних продуктів: підручник — К., ЦП «Компринт», 2017.— 218 с.
17. Грек О. В. Молокопереробка. Інновації : підручник / О. В. Грек, О. О. Красуля. — К. : НУХТ, 2017. — 390 с.
18. Іванов С. В. Молокопереробка. Промисловий інжиніринг : підручник / С. В. Іванов, О. В. Грек, Т. Г. Осьмак. — К. : НУХТ, 2017. — 275 с.
19. Грек О. В. Технологія комбінованих продуктів на молочної основі : підручник / О. В. Грек, Т. А. Скорченко.— К. : НУХТ, 2012. — 362 с.
20. Грек О. В. Технологія продуктів зі знежиреного молока, молочної сироватки і маслянки // О. В. Грек, Г. Є. Поліщук, О. О. Онопрійчук. — К. : НУХТ, 2011. — 210 с.
21. Поліщук Г.Є. Технологія молока і молочних продуктів: підручник / Г.Є. Поліщук, О. В. Грек, Т. А. Скорченко та ін. — К.: НУХТ, 2013. — 502 с.
22. ДСТУ 4436:2005 Ковбаси варені, сосиски, сардельки, хліби м'ясні. Загальні технічні умови. — Чинний від 01.07.06. — К.: Держспоживстандарт України, 2006. — 32 с.
23. ДСТУ 4435:2005 Ковбаси напівкопчені. Загальні технічні умови. — Чинний від 01.07.06. — К.: Держспоживстандарт України, 2006. — 20 с.
24. ДСТУ 3662:2018 Молоко-сировина коров'яче. Технічні умови. — Чинний від 01.01.19. — К.: ДП «УкрНДНЦ», 2018. — 10 с.
25. ДСТУ 7006:2009. Молоко козине сировина. Технічні умови. — Чинний від 01.01.10. — К.: Держспоживстандарт України, 2010. — 10 с.
26. ДСТУ 7412:2013. Молоко-сировина овече. Технічні умови. — Чинний від 01.07.14. — К.: Мінекономрозвитку України, 2014. — 10 с.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

27. ДСТУ 4554:2006. Сир кисломолочний. Технічні умови. — Чинний від 01.01.07. — К.: Держспоживстандарт України, 2007. — 9 с.
28. ДСТУ 4503:2005 Вироби сиркові. Загальні технічні умови. — Чинний від 01.10.06. — К.: Держспоживстандарт України, 2006. — 14 с.
29. ДСТУ 4399:2005 Масло вершкове. Технічні умови. — Чинний від 01.07.06. — К.: Технологічний інститут молока та м'яса Української академії аграрних наук (ТІММ УААН), 2006. — 12 с.
30. Скарбовійчук О. М. Хімічний склад і фізичні характеристики молочних продуктів: довідник / О. М. Скарбовійчук, О. В. Кочубей-Литвиненко, О. А. Чернюшок та ін. — К.: НУХТ, 2012. — 311 с.
31. Інноваційні технологічні аспекти перероблення молока на білкові концентрати та сироваткові напої : монографія / О. А. Савченко, О. В. Грек, Т. В. Пшенична ; Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. — Київ : Компринт, 2020. — 183 с.
32. Алкогольні напої — досвід поколінь (технологія, обладнання, рецептури): монографія / П. Л. Шиян, В.В. Сосницький, О. Ю. Шевченко, Р. Г. Кириленко. Вид. 2-е, доп. Київ: Інтерсервіс, 2022. 364 с.
33. ДСТУ 3888: 2015 Пиво. Загальні технічні умови. [Чинний від 2015-11-01]. Київ: Держспоживстандарт України, 2015. 16 с.
34. ДСТУ 4257:2003 Напої лікєро-горілчані. Технічні умови. [Чинний від 2004-10-01]. Київ : Держспоживстандарт України, 2003. 10 с.
35. ДСТУ 4805-2007 Виноматеріали оброблені. Загальні технічні умови. Київ : Держспоживстандарт України, 2008. 11 с.
36. ДСТУ 4806:2007 Вина. Загальні технічні умови. Київ : Держспоживстандарт України, 2008. 15 с.
37. ДСТУ 7072:2009 Напої міцні з плодкових спиртів. Технічні умови. Київ : Держспоживстандарт України, 2010. 20 с.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ІННОВАЦІЇ: КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ	6
1.1. Характеристика понять інновація та інноваційна діяльність	6
1.2. Роль інновацій в забезпеченні ефективності функціонування промислових та крафтових підприємств	14
1.3. Характеристика інноваційного проєкту	19
1.4. Досвід, місце та перспективи розвитку HoReCa в сучасному суспільстві ..	25
1.5. Розвиток українських ресторацій – від корчми до ресторану	28
1.5.1. Перспективи та можливості розвитку HoReCa	33
РОЗДІЛ 2 ТЕХНОЛОГІЇ ПЕРЕРОБКИ М'ЯСА	37
2.1. Характеристика асортименту продуктів переробки м'яса	37
2.1.1. Характеристика асортименту напівфабрикатів	38
2.1.2. Характеристика асортименту виробів кулінарних	43
2.1.3. Характеристика асортименту ковбасних виробів	44
2.1.3. Характеристика асортименту продуктів з м'яса	52
2.1.4. Характеристика асортименту м'ясних і м'ясомістких консервів	55
2.1.5. Характеристика асортименту м'ясних снєків	58
2.2. Характеристика сировини для м'ясопереробного виробництва	60
2.2.1. Характеристика традиційної м'ясної сировини для м'ясопереробного виробництва	60
2.2.2. Характеристика нетрадиційної м'ясної сировини для м'ясопереробного виробництва	66
2.2.3. Сировини для регулювання харчової і біологічної цінності м'ясних і м'ясомістких продуктів	69

ЗМІСТ

2.2.4. Вимоги нормативних документів щодо використання основної і допоміжної сировини в складі м'ясних і м'ясомістких продуктів	70
2.2.5. Допоміжна сировина і матеріали для м'ясних і м'ясомістких продуктів	71
2.3. Технологія виробництва та приготування натуральних напівфабрикатів HoReCa	83
2.3.1. Класифікація стейків та особливості виготовлення продуктів Sous Vide	92
2.4. Технології м'ясних і м'ясомістких ковбасних виробів	99
2.4.1. Характеристика основних технологічних операцій виробництва виробів з соленого м'яса і ковбасних виробів	110
2.5. Характеристика та класифікація продуктів зі свинини, яловичини і баранини	118
2.6. Технологія м'ясних консервів	124
2.7. Технологія м'ясних снєків	138

РОЗДІЛ 3 ІННОВАЦІЙНІ ПРОМИСЛОВІ ТА КРАФТОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В МОЛОЧНІЙ ГАЛУЗІ 143

3.1. Моніторинг складу молока незбираного та технологічних інгредієнтів	143
3.1.1. Вимоги нормативної документації до молока як локальної сировини	144
3.1.2. Моніторинг складу молока свійських тварин	153
3.1.3. Характеристика заквашувальних і ферментних препаратів	155
3.1.4. Сучасні інгредієнти для молочних продуктів	157
3.2. Загальні способи оброблення локальної молочної сировини	160
3.3. Інноваційні промислові та крафтові технології незбираномолочної продукції	172
3.3.1. Сучасні технології молочних напоїв	172
3.3.2. Технології заморожених та структурованих молочних продуктів	181
3.3.3. Особливості виробництва сиру кисломолочного	184
3.3.4. Крафтові технології сиркових напівфабрикатів	195
3.3.5. Сучасні промислові та крафтові технології сиркових виробів	199
3.4. Промислові технології вершкового масла	209
3.5. Інноваційні промислові та крафтові технології твердих сичужних та м'яких сирів	219
3.5.1. Крафтові технології сирів групи Емменталь	224
3.5.2. Особливості виробництва розсільних та плавлених сирів	231

3.6. Інноваційні промислові та крафтові технології молочних консервів	244
3.6.1. Альтернативні технології виробництва згущених молочних продуктів з цукром	244
3.6.2. Інноваційні промислові технології сухих молочних продуктів . . .	249
3.7. Сучасні технології структурованих продуктів на основі молочної сироватки	257

РОЗДІЛ 4 ТЕХНОЛОГІЇ ПРОДУКТІВ БРОДІННЯ 265

4.1. Технологія пива	265
4.1.1. Класифікація пива	265
4.1.2. Історія розвитку крафтового броварства	281
4.1.3. Технологія отримання пива	283
4.1.4. Особливості виробництва крафтового пива в умовах мініпивоварні	290
4.2. Технологія міцних дистилятів	294
4.2.1. Класифікація та характеристика дистилятів і напоїв	294
4.2.2. Сировина для отримання крафтових дистилятів	307
4.2.3. Технологія крафтових дистилятів на основі зернової та плодово-ягідної сировини	316
4.2.3.1. <i>Зернові дистиляти</i>	316
4.2.3.2. <i>Плодово-ягідні дистиляти</i>	320
4.3. Технологія вина	325
4.3.1. Розвиток виноробства в Україні. Сучасний стан крафтового виробництва	328
4.3.2. Технологія отримання вина	331
4.3.2.1. <i>Технологія отримання вина за білим способом</i>	332
4.3.2.2. <i>Технологія отримання вина за червоним способом</i>	335
4.3.2.3. <i>Крафтове виробництво плодово-ягідних напоїв</i>	340
4.3.2.4. <i>Крафтове виробництво медових напоїв</i>	347

ТЛУМАЧНИЙ СЛОВНИК 355

ПРЕДМЕТНИЙ ПОКАЖЧИК 360

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ 362



ТОВ «Фудреформ» - інноваційна компанія, що спеціалізується на розробці та впровадженні сучасних рішень для різноманітних галузей харчової промисловості:

- м'ясопереробної;
- молочної;
- хлібної;
- борошномельної;
- рибопереробної;
- плодоовочевої промисловості;
- виробництва соусів, маринадів, дресингів;
- технологічні рішення для сегменту HoReCa.

Компанія має 17 річний досвід, працює за високим стандартом ISO 22000, що передбачає комплексну, безпечну і високотехнологічну роботу підприємства у повному виробничому циклі.





Продукція компанії випускається під торговими марками: ТМ «Фудреформ», ТМ «Дім Спецій», які представляють суміші спецій та прянощів, ТМ «Савин Хліб», яка пропонує цілнозернове борошно жорнового помелу, крафтовий хліб та бакалію.

Комплекс має 4000 м², де розміщені R&D лабораторія, виробничі приміщення, логістика.



Компанія «Фудреформ» відкрита до взаємодії з партнерами, а також запрошує спеціалістів стати частиною нашої професійної команди.

Контакти для зв'язку:

+38(044)585 51 59

+38(067)407 90 85

+38(050)355 32 35

office@foodreform.com.ua

foodreform.com.ua

Натуральні аромати диму для **HoReCa** та **крафтових виробників**

Наші аромати диму виготовлені на основі технології “*Clean Smoke*”, що забезпечує наступні переваги, порівняно зі звичайним копченням:



Безпечність. Містить тільки корисні складові диму, які підсилюють смак та аромат продукту, а також природним шляхом збільшують термін його придатності. Усі шкідливі домішки, такі як смоли та зола, відфільтровані, що робить продукт безпечним для споживачів.



Екологічність. Сприяють збереженню українських лісів, знижують витрати води та електроенергії, зменшують викиди CO₂.

Переваги використання природних ароматів диму в закладах HoReCa, на крафтовому виробництві або в домашніх умовах:

Швидка ароматизація страв: додайте дим разом із спеціями - швидко та легко.

Простота використання: немає потреби в додатковому обладнанні або технологічних процесах.

Це додасть неперевершений аромат стравам, який запам'ятається споживачам і залишить гарне враження!



Способи застосування ароматів диму:

Liquid Smoke класичний – це універсальний аромат для будь - яких страв.



Для м'яса:
до 30 г диму на 1 кг
(додається разом зі спеціями)



Для борщу:
60 г диму на 3 л борщу
(додається на початку приготування)

Smoked Oil – аромат диму на олійній основі, що підходить для смаження продуктів.



Бургери та стейки
(поєднувати з олією 1:1)



Смажені овочі:
(10 - 30 г на 1 кг)

Gold`n`Brown Smoke – унікальний дим, який надає стравам колір та золотисту скоринку, зменшує час приготування, створює привабливий вигляд.



**За детальною інформацією
звертайтеся:**

Тел: +380937127153

S.Chernov@priority-in.com.ua

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

ТОПЧІЙ Оксана Анатоліївна
ПАСІЧНИЙ Василь Миколайович
ГРЕК Олена Вікторівна
ТИМЧУК Алла Вікторівна
МУКОЇД Роман Миколайович

ІННОВАЦІЙНІ ПРОМИСЛОВІ ТА КРАФТОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ДЛЯ HoReCa

Підписано до друку 06.03.2024 р. Гарнітура PT Serif Pro.
Формат 70×100 1/16.
Папір офсетний. Друк офсетний. Ум.-друк. арк. 30.23.
Наклад 500 прим.



Редакційна підготовка та друк ТОВ ВД «Дакор»

Свід. ДК № 4349 від 05.07.2012

+38(067) 153-96-73; ✉ vd_dakor@ukr.net 🌐 www.dakor.kiev.ua

📍 03057, м. Київ, просп. Берестейський, 56