

алкогольних та прохолоджуючих напоїв, продуктів харчування, тютюнових виробів, а також обладнання, столових приладів та створює антураж закладу. Але взагалі експерти вважають, для цих компаній ресторани є кращими споживачами, ніж магазини. Але, наприклад, великі виробники розглядають сектор HoReCa як сферу, що сферу іміджу, що завойовує покупців в рітейлі.

Пошук споживачів має досить велике значення в ресторанно-готельному бізнесі. Рекламу включає в себе статті та інтерв'ю про заклад ЗМІ та інтернеті. Саме через рекламу чітко можна виявити цільову аудиторію, на яку вона розрахована.

На підставі цього і розробляються маркетингові заходи, графічні дизайни, які органічно вписуються в інтер'єр закладів HoReCa, тому мають вплив на психічному та підсвідомому рівні.

Щодо успіху в готельно-ресторанному бізнесі, то це залежить від споживача. Але щоб цей споживач був задоволений наданими послугами чи продуктом, потрібно не забувати про правила такі як: якість та сталість продукту, ціна, стабільність поставок, зручність комунікацій з постачальником і також правильність у складанні маркетингової стратегії. Для реклами бренду проводяться різні заходи, що можуть зацікавити та сформувати лояльність споживача. Сюди входять фестивалі, різноматні майстер-класи, шоу та дегустації. Для цього наймають промоутерів, аніматорів та моделей. Саме до майбутньої покупки підштовхує створення тематичної обстановки та безкоштовні товари.

Особливої уваги заслуговує зміна трендів та зміна курсу валют, на яку слід також звертати уваги. Успішний маркетинг містить в собі якість, а саме повторюваність якості, сталість, технологічність процесу, успішний брендинг, охоплення аудиторії, а також спільні вкладення не лише коштів, але і зусиль. Як показав аналіз, робота в сегменті HoReCa вимагає постійного контролю якості товарів і послуг та особливої уваги до підбору персоналу. І найголовнішим моментом в цьому бізнесі є саме орієнтація на споживача. У даному разі це стосується як якісного обслуговування в ресторанах, так і роботи з поставками для компаній.

Література

1. Сегмент HoReCa [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://worldsellers.ru/horeca/>
2. HoReCa – щоцетаке? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ontask.ru/start-future/horeca-что-это-takoe.html>
3. ЩоцетакеHoReCa? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://gastroshop.com.ua/ua/что-takoe-horeca>
4. Характеристики сегменту HoReCa [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.calltouch.ru/glossary/horeca/>

УДК 637.521.47

89. ВИКОРИСТАННЯ НЕТРАДИЦІЙНОЇ СИРОВИНИ ПРИ ВИРОБНИЦТВІ М'ЯСНИХ ПРОДУКТІВ ДЛЯ HORECA

Юлія БІРЮК, Марина РЕЗНІЧЕНКО магістранти, **Ольга ЧЕРНЮШОК**, к.т.н.

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

Вступ. М'ясні продукти для сектора HoReCa представлені в різних формах та видах, залежно від потреб клієнтів та специфіки кожного закладу. Основні типи м'ясних продуктів для HoReCa включають сирі м'ясні продукти, напівфабрикати, готові страви (м'ясні рагу, стейки, шашлики, запічки та інші страви, які можуть бути нагріті або приготовані перед подачею), димлені продукти (ковбаси, шинки, бекон і тд), спеціалізовані м'ясні продукти: це м'ясні продукти, які виготовляються за спеціальними рецептами або з використанням особливих технологій. До таких продуктів можуть належати делікатесні м'ясні страви,

включаючи фуа-гра, прошутто, салями та інші [1].

Актуальність теми. Розширення асортименту виробництва м'ясних напівфабрикатів дозволяє закладам пропонувати різноманітні страви, включаючи різні типи м'яса, смакові комбінації та кулінарні стилі, а також створювати продукти, які відповідають дієтичним потребам чи харчовим обмеженням.

Матеріали та методи. В роботі використані сучасні літературні та наукові результати досліджень провідних науковців галузі харчової промисловості.

Результати та обговорення. У ресторанах асортимент м'ясних напівфабрикатів можна розширити, використовуючи власне виробництво, де вони готують свої м'ясні напівфабрикати. Це дозволить контролювати якість і склад продуктів, а також адаптувати їх до власних рецептів та вподобань клієнтів. Ресторани можуть замовляти м'ясні напівфабрикати за своїми унікальними рецептами та вимогами. Це дозволяє розширити асортимент з урахуванням специфічних потреб та смакових переваг.

Щоб розширити асортимент м'ясних напівфабрикатів у ресторані, використовують різні види м'яса та додають до них різні інгредієнти, які змінюють смак та текстуру продукту.

Крім того, застосовують різні методи обробки м'яса, такі як копчення, в'ялення та інші, для надання більш насиченого смаку та аромату.

Збільшити асортимент м'ясних напівфабрикатів можна, додавши до них нові види м'яса або сировину іншого походження.

Суша молочна сироватка може бути використана як одна з добавок при виробництві посічених напівфабрикатів. Суша молочна сироватка містить високу кількість білка, тому додавання її до посічених напівфабрикатів може допомогти підвищити білковий склад продукту.

Сироватка має здатність зв'язувати воду, тому вона може використовуватись для поліпшення консистенції напівфабрикатів, забезпечуючи м'якість та соковитість продукту.

Сироватка може мати нейтральний смак, який не впливає на смакові властивості напівфабрикатів. Це може бути корисно при створенні продуктів з більш вираженими смаками, де сироватка не буде конкурувати з основними смаковими компонентами [2].

Вівсяне борошно є популярним інгредієнтом у харчовій промисловості, оскільки воно може покращити харчову цінність посічених напівфабрикатів, додаючи більше поживних речовин до продукту.

Борошно має здатність зв'язувати вологу, що допомагає покращити консистенцію та структуру продукту. Вівсяне борошно має характерний ніжний та легкий смак, який може додати приємну нотку продукту. Це особливо корисно для посічених напівфабрикатів, де смак відіграє важливу роль.

Виробництво посічених напівфабрикатів з використанням вівсяного борошна може бути привабливим для споживачів, які шукають більш здорові альтернативи та харчову цінність у своїй їжі [3].

Висновки. Встановлено, що з метою розширення асортименту та отримання продуктів із заданими функціональними властивостями передбачається раціональне використання існуючих сировинних джерел та розробку ресурсозберігаючих технологій на їх основі.

Література

1. Svensson, G., Wood, G., Callaghan, M. (2019). The Role of Culinary Innovation in Restaurant Success: Insights from Sweden. *Journal of Foodservice Business Research*, 22(4), 430-448. DOI: 10.1080/15378020.2019.1636894.

2. Чернюшок, О. А. Використання молочних білків в технології м'ясних продуктів / О. А. Чернюшок, В. М. Пасічний, Ю. В. Бірюк // Інноваційні технології та перспективи розвитку м'ясопереробної галузі: Програма та тези матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції, 24 листопада 2020 р., м. Київ. – К.: НУХТ, 2020 р. – С.139-140

3. Чернюшок О. А. ОБГРУНТУВАННЯ КОМПОНЕНТІВ ДЛЯ ФОРТИФІКАЦІЇ М'ЯСНИХ ПОСІЧЕНИХ НАПІВФАБРИКАТІВ / О. А. Чернюшок, Ю. В. Бірюк // Інноваційні технології та перспективи розвитку м'ясопереробної галузі : Програма та тези