

Міністерство освіти і науки України  
Чернівецький національний університет  
імені Юрія Федьковича

# **ОСНОВИ РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ**

Навчальний посібник

Укладач **Г.Я. КРУЛЬ**

Чернівці  
Чернівецький національний  
Університет ім. Ю. Федьковича  
2020

**УДК 338.488.2:640.43(075.8)**

**О 752**

*Рекомендовано вченою радою Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича (протокол № 9 від 28.09.2020 р.)*

**Рецензенти:**

*О.Д. Король,* кандидат географічних наук, завідувач кафедри географії та менеджменту туризму географічного факультету Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича;

*Д.І. Басюк,* доктор економічних наук, завідувачка кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу і консалтингу Національного університету біоресурсів і природокористування України (м. Київ);

*Н.І. Флінта,* кандидат географічних наук, доцент кафедри географії України і туризму Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка

**О 752 Основи** ресторанної справи: навчальний посібник / укл. Г.Я. Круль. – Чернівці: Чернівецький нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2020. – 496 с.

**ISBN 966-657-070-X**

У запропонованому виданні розглянуті основні поняття ресторанного сервісу. Розкриті питання формування внутрішнього простору та матеріально-технічного забезпечення закладів ресторанного господарства. Наведені основні етапи технологічного процесу виробництва продукції в ресторанах та способи її теплової обробки. Окремі блоки присвячені організації обслуговування в закладах ресторанного господарства та характеристиці напоїв.

Для студентів спеціальності «Туризм» (ОП «Міжнародний туризм» і «Готельно-ресторанний сервіс і туроперейтинг»), як базовий з дисципліни «Технологія ресторанної справи і організація послуг харчування».

**УДК 338.488.2:640.43(075.8)**

© Г. Круль, 2020

© Чернівецький національний університет, 2020

**ISBN 966-657-070-X**

## ЗМІСТ

<b>ПЕРЕДМОВА</b> .....	9
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1.</b>	
<b>ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА</b> .....	11
<b>ТЕМА 1. ЗАГАЛЬНІ ПОНЯТТЯ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА</b> .....	11
1.1. Роль і місце ресторанного господарства в сучасній індустрії гостинності .....	11
1.2. Особливості функціонування закладів ресторанного господарства .....	14
1.3. Чинники впливу на успіх ресторану та його ринок .....	15
1.4. Вибір місця розташування закладу ресторанного господарства.....	19
1.5. Класифікація закладів ресторанного господарства .....	21
1.6. Поняття про ресторанні мережі: плюси та мінуси створення і функціонування .....	28
Запитання та завдання для самоперевірки .....	33
<i>Тести для самоконтролю</i> .....	34
<b>ТЕМА 2. ЕВОЛЮЦІЯ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА. ПЕРІОДИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО СПРАВИ</b> .....	38
2.1. Зародження ресторанної справи .....	38
2.2. Роль кав'ярень у громадському житті суспільства .....	40
2.3. Вплив французьких кулінарних традицій на розвиток ресторанної справи у світі .....	42
2.4. Розквіт ресторанного бізнесу в XIX ст. ....	44
2.5. Розвиток мереж закладів харчування в XX ст. ....	46
2.6. Сучасні тенденції в розвитку ресторанного господарства .....	47
Запитання та завдання для самоперевірки .....	50
<i>Тести для самоконтролю</i> .....	51
<b>ТЕМА 3. ФОРМУВАННЯ ВНУТРІШНЬОГО ПРОСТОРУ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА</b> .....	53
3.1. Вимоги до матеріально-технічної бази для організації обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства .....	53
3.2. Характеристика приміщень для споживачів .....	54
3.3. Виробничі та підсобні приміщення .....	58
3.4. Обладнання і меблі для торгових приміщень .....	61
Запитання та завдання для самоперевірки .....	66
<i>Тести для самоконтролю</i> .....	67
<b>ТЕМА 4. ВИРОБНИЧЕ УСТАТКУВАННЯ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА</b> .....	69
4.1. Устаткування для теплової обробки продукції .....	69
4.2. Холодильне обладнання для закладів ресторанного господарства .....	79
4.3. Посудомийне обладнання в закладах ресторанного господарства .....	84
4.4. Нейтральне кухонне обладнання підприємств харчування .....	85
4.5. Електромеханічне устаткування закладів харчування .....	89
4.6. Обладнання для закладів швидкого харчування (fast food) .....	94
4.7. Обладнання для барів .....	98
Запитання та завдання для самоперевірки .....	104
<i>Тести для самоконтролю</i> .....	105

<b>ТЕМА 5. СТОЛОВИЙ ПОСУД, ІНВЕНТАР, СПЕЦІАЛІЗОВАНЕ СТОЛОВЕ ПРИЛАДДЯ, БІЛИЗНА</b> .....	108
5.1. Асортимент скляного і кришталевого посуду .....	108
5.2. Столовий посуд із порцеляни .....	116
5.3. Різновиди металевого посуду для ресторанів .....	118
5.4. Асортимент столового приладдя для сервірування столів. Спеціальне столове приладдя .....	119
5.5. Столова білизна .....	123
5.6. Спеціалізований інвентар і предмети сервірування .....	125
5.7. Устаткування, посуд та інвентар для барів .....	126
Запитання та завдання для самоперевірки .....	132
<i>Тести для самоконтролю</i> .....	132
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2.</b>	
<b>ОСНОВИ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА</b> .....	137
<b>ТЕМА 6. ОСНОВНІ СТАДІЇ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА</b> .....	137
6.1. Приймання продовольчої сировини і харчових продуктів .....	137
6.2. Зберігання харчових продуктів .....	138
6.3. Механічна та гідромеханічна обробка сировини .....	142
6.4. Теплова обробка напівфабрикатів і приготування їжі .....	144
6.5. Зберігання готової їжі .....	145
6.6. Організація споживання їжі .....	146
Запитання та завдання для самоперевірки .....	149
<i>Тести для самоконтролю</i> .....	150
<b>ТЕМА 7. СПОСОБИ І ПРИЙОМИ ТЕПЛОВОЇ КУЛІНАРНОЇ ОБРОБКИ ПРОДУКТІВ</b> .....	154
7.1. Способи і прийоми теплової кулінарної обробки при поверхневому нагріванні продуктів .....	155
7.2. Теплова кулінарна обробка з використанням інфрачервоного випромінювання .....	160
7.3. Спосіб теплової кулінарної обробки продуктів об'ємним нарівнянням (струмами надвисокої частоти) .....	161
7.4. Нові і комбіновані способи теплової кулінарної обробки продуктів .....	163
Запитання та завдання для самоперевірки .....	167
<i>Тести для самоконтролю</i> .....	167
<b>ТЕМА 8. ПРИНЦИПИ СКЛАДАННЯ РЕЦЕПТУР НА ПРОДУКЦІЮ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА</b> .....	171
8.1. Особливості складання рецептур на продукцію ресторанного господарства .....	171
8.2. Збірники рецептур страв, кулірних і кондитерських виробів для підприємств ресторанного господарства .....	172
8.3. Галузеві стандарти .....	175
8.4. Технічні умови і технологічні інструкції на продукцію ресторанного господарства .....	176

8.5. Стандарт підприємства .....	177
8.6. Техніко-технологічні карти .....	177
Запитання та завдання для самоперевірки .....	179
<i>Тести для самоконтролю</i> .....	180
<b>ТЕМА 9. МЕНЮ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА</b> .....	182
9.1. Класифікація меню .....	182
9.2. Порядок розробки меню .....	186
9.3. Оформлення меню .....	189
9.4. Електронне меню .....	192
Запитання та завдання для самоперевірки .....	193
<i>Тести для самоконтролю</i> .....	194
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3.</b>	
<b>ОРГАНІЗАЦІЯ НАДАННЯ ПОСЛУГ ХАРЧУВАННЯ</b> .....	198
<b>ТЕМА 10. ОСОБЛИВОСТІ ПРОФЕСІЙНОГО ЕТИКЕТУ ПРАЦІВНИКІВ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА</b> .....	198
10.1. Основні функції та обов'язки працівників ресторану .....	198
10.2. Організація роботи персоналу барів .....	203
10.3. Професійна етика хостес, сомельє, баристи .....	205
10.4. Вимоги до зовнішнього вигляду і форменого одягу працівників ресторанів .....	210
Запитання та завдання для самоперевірки .....	213
<i>Тести для самоконтролю</i> .....	213
<b>ТЕМА 11. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА МЕТОДІВ І ФОРМ ОБСЛУГОВУВАННЯ</b> .....	215
11.1. Класифікація методів і форм обслуговування .....	215
11.2. Форми самообслуговування .....	217
11.3. Форми обслуговування офіціантами .....	218
11.4. Обслуговування зі споживанням продукції за межами закладу ресторанного господарства .....	221
11.5. Способи подавання страв у міжнародній практиці .....	223
Запитання та завдання для самоперевірки .....	225
<i>Тести для самоконтролю</i> .....	226
<b>ТЕМА 12. ОРГАНІЗАЦІЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ ВІДВІДУВАЧІВ У РЕСТОРАНАХ</b> .....	229
12.1. З історії формування культури сервірування столів .....	229
12.2. Підготовка ресторанного залу до обслуговування .....	232
12.3. Зустріч відвідувачів .....	237
12.4. Прийом і виконання замовлення .....	238
12.5. Особливості подавання ресторанної продукції .....	240
12.5.1. Подавання буфетної продукції .....	240
12.5.2. Подача холодних страв і закусок .....	241
12.5.3. Подавання гарячих закусок .....	243
12.5.4. Особливості подавання супів .....	244
12.5.5. Подавання других страв .....	245
12.5.6. Подавання солодких страв .....	245

12.5.7. Подавання напоїв .....	247
12.6. Особливості проведення розрахунків із клієнтами .....	250
Запитання та завдання для самоперевірки .....	251
<i>Тести для самоконтролю</i> .....	251
<b>ТЕМА 13. ОБСЛУГОВУВАННЯ БАНКЕТІВ</b> .....	254
13.1. Класифікація банкетів і прийомів .....	255
13.2. Порядок приймання і виконання замовлень на обслуговування банкетів .....	255
13.3. Підготовка до проведення банкету .....	258
13.4. Організація обслуговування різних видів банкетів .....	261
13.4.1. Банкет-фуршет .....	261
13.4.2. Банкет-коктейль .....	264
13.4.3. Банкет-прийм за типом «шведського столу» .....	266
13.4.4. Банкет за столом із повним обслуговуванням офіціантами .....	267
13.4.5. Банкет за столом із частковим обслуговуванням офіціантами .....	269
13.4.6. Банкет-чай .....	270
13.4.7. Особливості обслуговування тематичних банкетів .....	271
Запитання та завдання для самоперевірки .....	274
<i>Тести для самоконтролю</i> .....	275
<b>ТЕМА 14. ОСОБЛИВОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ ПРИЙОМІВ ЗА ПРОТОКОЛОМ</b> .....	278
14.1. Основні форми відносин за дипломатичним протоколом та їх характеристика .....	278
14.2. Особливості організації банкетів-прийомів .....	280
14.3. Підготовча робота із влаштування прийому .....	285
14.4. Складання меню для банкету-прийому .....	287
14.5. Особливості сервірування столу на банкеті-прийомі .....	288
14.6. Організація обслуговування гостей на банкетах-прийомах .....	289
Запитання та завдання для самоперевірки .....	292
<i>Тести для самоконтролю</i> .....	292
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 4.</b>	
<b>НАПОЇ: ОСОБЛИВОСТІ ВИРОБНИЦТВА, ПОДАВАННЯ І СПОЖИВАННЯ</b> .....	295
<b>ТЕМА 15. ОСОБЛИВОСТІ ВИРОБНИЦТВА І СПОЖИВАННЯ ВИНА</b> .....	295
15.1. З історії виникнення алкогольних напоїв .....	295
15.2. Загальна характеристика вин .....	297
15.2.1. Столові вина: особливості виробництва, подавання і споживання .....	301
15.2.2. Ігристі вина: особливості виробництва, класифікації, подавання і споживання .....	302
15.2.3. Міцні (кріплені) вина: виробництво, різновиди, рекомендації до вживання .....	304
15.2.4. Десертні вина: різновиди, особливості виробництва і споживання .....	307
15.2.5. Ароматизовані вина .....	309

15.3. Особливості виробництва вина .....	311
15.4. Принципи поєднання вина зі стравами .....	312
15.5. Головні виноробні регіони Європи та Північної Америки .....	313
Запитання та завдання для самоперевірки .....	318
<i>Тести для самоконтролю</i> .....	318
<b>ТЕМА 16. МІЦНІ АЛКОГОЛЬНІ НАПОЇ: ОСОБЛИВОСТІ ВИРОБНИЦТВА, ПОДАВАННЯ І СПОЖИВАННЯ</b> .....	321
16.1. Міцні спиртні напої зернового походження .....	321
16.1.1. Горілка: особливості виробництва, походження, різновиди, рекомендації щодо споживання .....	322
16.1.2. Віскі: історія, різновиди, особливості виробництва та споживання .....	323
16.1.3. Джин: історія, особливості виробництва, найвідоміші види і марки .....	329
16.2. Міцні спиртні напої на основі фруктів і ягід .....	330
16.2.1. Бренді виноградне: походження, різновиди, класифікація, особливості споживання .....	330
16.2.2. Плодово-ягідні бренді .....	335
16.3. Міцні спиртні напої на основі цукровмісної сировини .....	340
16.3.1. Ром: походження, різновиди і найпопулярніші бренди .....	340
16.3.2. Текіла: особливості виробництва, різновиди .....	342
16.4. Бальзами, лікери, наливки та настоянки .....	344
Запитання та завдання для самоперевірки .....	357
<i>Тести для самоконтролю</i> .....	358
<b>ТЕМА 17. ОСОБЛИВОСТІ ПРИГОТУВАННЯ ЗМІШАНИХ НАПОЇВ</b> .....	361
17.1. З історії походження поняття «коктейль» .....	361
17.2. Вплив Сухого закону в США на розвиток барної культури .....	362
17.3. Класифікація коктейлів .....	363
17.4. Способи приготування змішаних напоїв .....	368
17.5. Способи подачі, правила та поради приготування коктейлів .....	372
17.6. Офіційні коктейлі Міжнародної асоціації барменів .....	374
Запитання та завдання для самоперевірки .....	376
<i>Тести для самоконтролю</i> .....	376
<b>ТЕМА 18. ПИВО: ІСТОРІЯ ВИНИКНЕННЯ, ОСОБЛИВОСТІ ВИРОБНИЦТВА, РІЗНОВИДИ ТА ПРАВИЛА СПОЖИВАННЯ</b> .....	379
18.1. Поняття та основні характеристики пива .....	379
18.2. Історія пивоваріння .....	380
18.3. Етапи виробництва пива та їх особливості .....	383
18.4. Класифікація пива: критерії та різновиди напою .....	387
18.5. Традиції, культура споживання, користь і шкода пива .....	392
18.6. Правила подавання і споживання пива .....	393
18.7. Споживання пива у світі та в Україні .....	395
Запитання та завдання для самоперевірки .....	397
<i>Тести для самоконтролю</i> .....	398

<b>ТЕМА 19. БЕЗАЛКОГОЛЬНІ НАПОЇ: ВИДИ, ОСОБЛИВОСТІ ПРИГОТУВАННЯ ТА ПОДАВАННЯ</b> .....	400
19.1. Поняття про безалкогольні напої та їх різновиди .....	400
19.2. Мінеральні води: класифікація, рекомендації до вживання .....	401
19.3. Фруктово-ягідні напої: види, особливості виробництва та рекомендації до споживання .....	403
19.4. Безалкогольні напої бродіння .....	408
Запитання та завдання для самоперевірки .....	409
<i>Тести для самоконтролю</i> .....	409
<b>ТЕМА 20. КАВА І ЧАЙ: ІСТОРІЯ ПОШИРЕННЯ, РІЗНОВИДИ, ОСОБЛИВОСТІ ПРИГОТУВАННЯ</b> .....	412
20.1. Кава .....	412
20.1.1. Поняття та етимологія терміну «кава» .....	412
20.1.2. Історія винайдення і поширення кави .....	413
20.1.3. Види кави та регіони її вирощування .....	415
20.1.4. Обсмажування кави: технологія, види і способи .....	417
20.1.5. Кавові напої та їх різновиди .....	419
20.2. Чай .....	423
20.2.1. Поняття і походження терміну «чай», історія поширення .....	423
20.2.2. Виготовлення чаю .....	425
20.2.3. Класифікація чаю: критерії, види, сорти .....	427
20.2.4. Особливості приготування чаю .....	432
20.2.5. Способи подавання чаю .....	433
Запитання та завдання для самоперевірки .....	436
<i>Тести для самоконтролю</i> .....	437
<b>Список використаних і рекомендованих джерел</b> .....	442
<b>Додаток А.</b> Стандарт України. Ресторанне господарство. Терміни та визначення .....	449
<b>Додаток Б.</b> Національний стандарт України Заклади ресторанного господарства. Класифікація .....	458
<b>Додаток В.</b> Правила роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства .....	471
<b>Додаток Г.</b> Закон України «Про виноград і виноградне вино» .....	477
<b>Додаток Д.</b> Правила роздрібної торгівлі алкогольними напоями .....	489



## ПЕРЕДМОВА

Ресторанний бізнес сьогодні є надзвичайно привабливою сферою діяльності і вкладення коштів. Вже давно заклади ресторанного господарства є не тільки місцем задоволення потреби у харчуванні, а й локацією відпочинку, спілкування, гарного дозвілля, зустрічей, укладення угод тощо. Нині існує безліч різноманітних за типом і класом підприємств, які відповідають зазначеним вимогам суспільства. Але вибагливого клієнта дедалі важче здивувати звичним інтер'єром, чистотою чи стандартними стравами в меню. Споживач прагне чогось унікального, незвичайного, оригінального як в оформленні, так і в смакових якостях чи способах подання страв. Тому й не дивно, що щодня відкривається безліч нових закладів ресторанного господарства, здатних запропонувати нестандартну концепцію і приємно вразити свого клієнта.

Водночас привабливість ресторанного бізнесу потребує докладання значних зусиль для здобуття успіху серед великої кількості конкурентів, утримання провідних позицій і постійного розвитку в обраному напрямку. Не всі креативні ідеї знаходять свого споживача, досить часто навіть успішні, на перший погляд, концепції, зазнають фіаско. В умовах сьогодення без ретельного дослідження ринку ресторанних послуг із пошуком незаповненої ніші і вдалого місця розташування, без аналізу потенційних споживачів і з'ясування їхніх уподобань, без пропозиції чогось нового й унікального навіть не йдеться про успішний заклад ресторанного господарства.

Ще одним важливим чинником діяльності підприємств сфери харчування є персонал – фаховий, закоханий у свою справу, націлений на успіх власного закладу, із вмінням подати й продати свої послуги. З огляду на вищезазначене, підготовка кваліфікованих кадрів для ресторанного бізнесу завжди була, є і буде актуальною.

Запропонований навчальний посібник покликаний допомогти у цьому – ознайомити здобувачів вищої освіти з основами ресторанного господарства. Він охоплює чотири змістових блоки, які послідовно розкривають основні теоретичні поняття, різноманітні підходи до класифікації закладів ресторанного господарства, особливості створення та облаштування підприємств харчування, технологічний процес виробництва продукції та складання рецептур і оформлення меню, організацію надання послуг харчування та обслуговування різних заходів, особливості виробництва, подавання і споживання напоїв.

У першому розділі розкриті теоретичні основи ресторанного господарства, охарактеризовані етапи розвитку і сучасні тенденції галузі. Розглянуті особливості формування внутрішнього простору закладів ресторанного господарства та їхня матеріально-технічна база.

Наведені основи технологічного процесу на підприємствах сфери харчування: розглянуті основні стадії виробничого процесу, способи і прийоми кулінарної обробки продуктів, принципи складання рецептур на продукцію ресторанного господарства та формування меню.

Окремий блок присвячений організації надання послуг харчування в закладах ресторанного господарства, а саме: особливостям професійного етикету працівників ресторанного сервісу, загальній характеристиці методів і форм обслуговування, процесу обслуговування відвідувачів у ресторанах, обслуговуванню банкетів і дипломатичних прийомів.

Значна увага приділена напоям: особливостям виробництва, класифікації, подавання і споживання вин, міцних алкогольних, змішаних, безалкогольних напоїв, пива, кави та чаю.

У посібнику наведені запитання та завдання для самоперевірки, тести для самоконтролю опрацьованого матеріалу, значний додатковий і довідковий матеріал (представлений нормативними документами), покликаний якнайповніше розкрити сутність ресторанного господарства України.

Навчальний посібник призначений для студентів вищих навчальних закладів, де вивчаються дисципліни «Технологія ресторанної справи» та «Організація послуг харчування».

**ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1**  
**ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**  
**ТЕМА 1. ЗАГАЛЬНІ ПОНЯТТЯ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

- 1.1. Роль і місце ресторанного господарства в сучасній індустрії гостинності.
- 1.2. Особливості функціонування закладів ресторанного господарства.
- 1.3. Чинники впливу на успіх ресторану та його ринок.
- 1.4. Вибір місця розташування закладу ресторанного господарства.
- 1.5. Класифікація закладів ресторанного господарства.
- 1.6. Поняття про ресторани мережі: плюси та мінуси створення і функціонування.

**1.1. Роль і місце ресторанного господарства в сучасній індустрії гостинності**

Ресторанний бізнес сьогодні вважається, на перший погляд, одним із найприбутковіших і найпривабливіших видів підприємництва, оскільки за останні десятиріччя в Україні змінилося ставлення людей до відвідин ресторану – вони перетворилися з визначної події на більш звичну і повсякденну. Насправді ж це один із найскладніших видів бізнесу через постійний вплив людського чинника: від персоналу і затримок із постачанням до зростаючої конкуренції.

Дедалі частіше українці надають перевагу харчуванню поза домом. У зв'язку із цим з'являються нові заклади ресторанного господарства, сучасні формати послуг харчування, запроваджуються інноваційні технології (електронні меню, QR-кодування тощо), відбувається диверсифікація рестораних послуг.

За даними проведеного компанією Pro-Consulting дослідження, на 2018 р. в Україні діяло 52,7 тисяч закладів ресторанного господарства (майже на 9 тисяч закладів більше (20,9%), ніж у 2013 році), що свідчить про позитивні зрушення у сфері харчування, попри події останніх років в Україні.

Повної трансформації зазнала і структура закладів ресторанного господарства за пострадянський період в Україні. Як тільки провідною метою діяльності суб'єктів господарювання стало отримання прибутків, істотно зменшилася частка підприємств громадського харчування при установах, навчальних, лікувально-оздоровчих, курортних закладах, промислових підприємствах, які були зорієнтовані на обслуговування певного контингенту споживачів за відповідним графіком. Натомість зросла кількість загальнодоступних об'єктів ресторанного господарства. Зорієнтованість підприємців на досягнення комерційного успіху призвела до згорання діяльності

фабрик-заготівелень чи фабрик-кухонь, які займалися виробництвом і постачанням напівфабрикатів та готової продукції вищезазначеним підприємствам харчування. Водночас, зросла частка ресторанів (хоча їхня частка й досі залишається найменшою – понад 3%), які обслуговують бізнес-еліту (2-3% населення України). Найвища в структурі закладів ресторанного господарства на сьогодні частка кафе, барів і фаст-фудів, де споживач не витрачає багато часу і коштів на задоволення потреб у харчуванні.

Позитивними тенденціями останніх років є поява на ринку ресторанних послуг світових і національних мереж швидкого харчування (Fast Food Systems (понад 220 ресторанів швидкого обслуговування, в т.ч. «Піца Челентано», «Картопляна Хата», «ЯПИ»), McDonald's (понад 80 ресторанів у 18 містах України), «Крила» (більше 40 точок у 23 містах), «Пузата Хата» (32 ресторани домашньої української кухні швидкого обслуговування в 5 найбільших обласних центрах України), FM Group (28 закладів мережі ресторанів Tarantino family, куди входять: мережа ресторанів-бістро «Олів'є», мережа домашньої кухні «Дрова», «Варенична», фаст-фуд «Смачна картопля» і піцерії «Папа Джон»), FreshLine (мережа сендвіч-барів швидкого обслуговування, 23 точки у 8-ми містах України), «Печена картопля» (16 закладів у 4-х містах України), Salateira (14 закладів швидкого здорового харчування в Україні), KFC (15 закладів у Києві і Дніпрі), «Два Гуся» (13 закладів у 6-ти містах України), The Varenik (10 точок у стилі домашньої кухні в Києві, Харкові і Сумах) тощо.

Проте, як свідчать дані світових і національних досліджень, мода на швидке харчування, представлене картоплею фрі, бургерами та сендвічами, змінилася на прихильність молоді до здорового способу життя, що відразу проявилось у відкритті відповідних закладів ресторанного господарства, зорієнтованих на здорову органічну кухню. Окрім того, вибагливого заможного споживача важко здивувати звичними стравами навіть у вишуканому поданні, тому виникають нові напрямки в ресторанному бізнесі, де поєднані різні кухні, стилі та новітні способи приготування страв (ф'южн, молекулярна кухня тощо).

За останні десятиріччя на українському ринку харчування з'явилося безліч закладів, що спеціалізуються на національних кухнях (французькій, італійській, китайській, тайській, японській та ін.). Особливу популярність у споживачів здобули страви японської кухні (суші), чим скористалися успішні ресторатори, відкривши заклади «СУШІЯ» (35 закладів у 12-ти містах України), «Мураками», «Fujiwara

Yoshi» (найбільший ресторан японської кухні в Києві), «Ikigai», «Киото», «ЯпонаХата» та ін. в усіх куточках України. Запровадження послуги доставки суші додало ще більших бонусів закладам японської кухні, особливо під час запровадженого в державі карантину, спричиненого пандемією COVID-19.

Ще одним напрямком в розвитку сучасного ресторанного бізнесу є створення закладів із продажу кави, кавових напоїв, чаю та освіжаючих напоїв (влітку), які представлені не тільки затишними кав'ярнями із широким спектром послуг, оригінальними інтер'єрами, вишуканими концепціями, але й значною кількістю невеликих точок, іноді пересувних, зі звуженим асортиментом пропонованої продукції (на виніс), обмеженим напоями та закусками до них.

Особливу популярністю зазвичай серед чоловічої частини населення користуються паби (пивні бари), де, крім пива і закусок, пропонують перегляди різноманітних спортивних програм, а останніми роками для ще більшої популяризації цих напоїв організують пивні фестивали на кшталт Октоберфесту в Німеччині.

Окрему нішу на ринку ресторанних послуг зайняли тематичні (концептуальні чи емоційні) заклади харчування, що зорієнтовані не стільки на місцевого споживача, скільки на туристів, яким недостатньо просто смачно поїсти, вони прагнуть отримати незабутні враження під час своїх мандрівок. Лідером серед українських міст справедливо вважається Львів, де створено на сьогодні понад 30 концептуальних ресторанів, об'єднаних в мережу «!Фест» («Криївка», «Гризло», «Мазох-кафе», «Під Золотою Розою», «Гасова лямпя», «Кумпель», «П'яна вишня», «Львівські плячки», «Театр пива «Правда», «САЛО», «Ресторація Бачевських», «Львівська реберня «Під Арсеналом», «Майстерня шоколаду», «Копальня кави», «Найдорожча галицька ресторація», «Пструг, хліб та вино» та ін.).

На особливу увагу заслуговують заклади ресторанного господарства при готелях. Запропонована форма обслуговування за типом «шведський стіл» із фіксованою платою користується популярністю як у туристів, що проживають у них, так і в місцевих мешканців, які мешкають або працюють неподалік. Саме така форма обслуговування зумовила появу окремих закладів харчування, які позиціонують себе як «all inclusive»: за фіксованою вартістю споживач має можливість обрати вподобані ним страви, проте існують певні обмеження в часі, відведеному на їхнє споживання.

Позитивною тенденцією останніх десятиріч є поява закладів ресторанного господарства за межами міст, які зазвичай мають більше можливостей для облаштування просторих літніх майданчиків, терас, альтанок, чим, власне, і приваблюють мешканців міст, та й пропонують клієнтам смачні страви за значно нижчими цінами. Окрім того, саме такі ресторани спеціалізуються на проведенні різноманітних банкетів (весіль, хрестин, днів народжень тощо).

Пошук нових ідей, форм, способів чи прийомів приготування і подавання страв, обслуговування чи організації дозвілля – це ті чинники, які впливають на успішність ресторанного бізнесу в умовах жорсткої конкуренції не тільки в Україні, але й у світі загалом.

## **1.2. Особливості функціонування закладів ресторанного господарства**

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

Заклади ресторанного господарства (РГ) мають свої особливості і відрізняються від промислових і торгових підприємств. Підприємства харчової промисловості займаються виготовленням продукції, підприємства торгівлі через мережу торговельних підприємств реалізують цю продукцію. А у закладах ресторанного господарства здійснюється переробка продуктів, організовується випуск готових страв і кулінарних виробів, їх реалізація через власні торгові зали, де забезпечуються всі необхідні умови для споживання цієї продукції.

Відповідно до функцій, які виконують підприємства ресторанного господарства, їхня діяльність має певні **особливості**:

- 1) галузевого;
- 2) організаційно-економічного;
- 3) соціального характеру.

До *галузових особливостей* відносять три взаємопов'язані функції — виробництво продукції, реалізація та організація споживання.

*Організаційно-економічні функції* забезпечують злагоджену організацію виробництва кулінарної продукції і своєчасне обслуговування споживачів. До цих функцій належать:

- щоденне завезення сировини для виготовлення продукції, наявність спеціальних комірних приміщень для нетривалого зберігання;
- завезення невеликими партіями швидкопсувних продуктів із врахуванням швидкості їх реалізації;

- забезпечення необхідних умов зберігання продуктів з урахуванням їхніх товарознавчих характеристик;
- зміна асортименту продукції за днями тижня;
- залежність асортименту продукції від контингенту споживачів, сезону, попиту, наявності сировини та продуктів у коморах;
- суворе дотримання працівниками підприємства санітарних правил виготовлення продукції і правил особистої гігієни;
- обладнання робочих місць, оснащення їх для виготовлення страв відповідним технологічним устаткуванням, інструментами тощо.

*Соціальний характер у реалізації продукції* проявляється у:

- відсутності постійного попиту на продукцію закладів ресторанного господарства, який змінюється впродовж дня, тижня, місяця, сезону;
- впливі на асортимент продукції контингенту споживачів, їхнього віку, віросповідання, національності, характеру праці, форми обслуговування, методів реалізації продукції;
- залежності режиму роботи закладів від режиму роботи підприємств, установ, учбових закладів;
- потребі постійної реклами продукції закладів харчування серед місцевого населення;
- залежності типів підприємств від потужності і місця розташування, щільності населення, наявності інших закладів харчування, підприємств харчової промисловості, продовольчих магазинів.

Вищезазначені соціальні особливості закладів харчування значно ускладнюють роботу виробництва, вимагають від працівників глибоких знань, організаційних навичок, гнучкості мислення та оперативності.

### **1.3. Чинники впливу на успіх ресторану та його ринок**

*Ринок ресторану* формують люди, які користуються його послугами. Перед тим, як відкрити ресторан, його майбутній власник повинен проаналізувати ринок, щоб дізнатися, чи є в даній ринковій ніші достатній попит на той чи інший продукт. *Ніша* – це маркетинговий термін, що означає специфічну частку певного ринку. Фізичні розміри ринку ресторану можна визначити, описавши подумки коло з радіусом від 1,5 до 8 км, центром якого є даний ресторан. Площа, яка потрапила до цього кола, називається *мікрорайоном*. Демографічна характеристика населення мікрорайону описується такими показниками: кількістю людей у кожній віковій групі, статтю, національністю, релігією, рівнем доходів тощо.

Одним із способів визначення *потенційної життєздатності ресторану* є відношення кількості ресторанів у даному мікрорайоні до чисельності населення. Наприклад, у США пересічна кількість осіб на один ресторан становить близько 500. Звичайно, мікрорайон від мікрорайону відрізняється: в одному, наприклад, може бути декілька італійських ресторанів, але жодного французького чи латиноамериканського, чи будь-якого іншого. Прихильники італійської кухні в цьому мікрорайоні мають вибір між кількома італійськими ресторанами. У термінах маркетингу ця ситуація може виражатися так: кількість потенційних відвідувачів італійських ресторанів, поділена на кількість цих ресторанів, визначає чесну питому вагу ринку, на яку може претендувати кожний із ресторанів. Отже, **чесна частка ринку** – це пересічна кількість відвідувачів, яка обідатиме, за інших однакових умов, у будь-якому із цих ресторанів. Якщо б мешканці гіпотетичного мікрорайону із тисячами мешканців, де знаходиться десять італійських ресторанів, вирішили діяти за цим сценарієм, то кожний із ресторанів отримав би по сотні відвідувачів. Але насправді так ніколи не буває: з тих чи інших причин популярність ресторанів різна. Кількість відвідувачів, яку той чи інший ресторан отримує, називається **реальною часткою ринку**.

Ресторанний бізнес надзвичайно привабливий і перспективний: правильний вибір місця, кухні й атмосфери та добре організоване обслуговування створюють можливості для хороших прибутків на інвестиції. **Профіль ресторану** має розроблятися з думкою про його потенційних споживачів. Але досить часто буває навпаки: хтось прагне відкрити ресторан того чи іншого профілю, а через певний час з'ясується, що у нього дуже мало відвідувачів для того, щоби забезпечити життєздатність ресторану.

Якщо існує формула успіху в ресторанному бізнесі, то вона звучить приблизно так: вигадати нову концепцію і втілити її в життя – таку **концепцію**, яка, якщо й не ідеально підходить до певного ринку, то принаймні краща, ніж ті, на яких базуються ресторани-конкуренти. Профіль кожного ресторану визначається його концепцією, а вона визначає його імідж, що апелює до певного ринку: *повсякденний, офіційний, дитячий, тільки для дорослих, етнічний* та ін. Концепція повинна бути притаманна певній місцевості і орієнтуватися на даний ринок. Особливості зовнішнього оформлення та меню спираються на концепцію, а остання орієнтована на ринок. Так переплітаються між собою ринок, меню та оформлення.



Для успішного функціонування ресторану до уваги беруть такі *чинники*: кредо; цілі; завдання; ринок; концепцію чи профіль; місцезнаходження; меню; атмосферу; суму оренди; інші витрати.

Шансів на успіх у ресторанному бізнесі, де вже функціонують тисячі комерційних ресторанів, на жаль, небагато. Щороку у світі відкриваються тисячі нових закладів харчування і стільки ж закриваються. В ресторанний бізнес порівняно легко увійти, але важко досягти успіху. Вдала концепція, без сумніву, – один з основних компонентів успіху. Часто ресторани шукають свою концепцію, а іноді, навпаки, концепція знаходить свій ресторан.

Більшість ресторанів має певну тему і концепцію: *тема* – це загальна ідея, або образ, які роблять ресторан особливим, а *концепція* – це «повний пакет», сукупність усіх характеристик ресторану, включаючи страви, меню, ціни, дизайн, декор, атмосферу, і відповідність цього пакета темі ресторану.

Тема і концепція ресторану можуть ґрунтуватися на: *стилі кухні* (наприклад, пропонуються різні сорти смаженого м'яса на вертелі), *спеціалізації* (піца, млинці, вареники, салати тощо), *етнічному впливі* (ресторани національної кухні), *персонажі з книги чи фільму, спортивних подій чи хобі, іграх, географії* та ін.

Назва ресторану має привертати увагу, запам'ятовуватися, відрізнитися від інших назв і бути трохи описовою. Вибір назви – надзвичайно цікаве і непросто завдання. Існує декілька популярних напрямів у виборі назви закладу ресторанного господарства:

- **ім'я** (можна назвати ресторан своїм іменем чи іменем людини, яка надихає, можна обрати історичний чи будь-який інший персонаж тощо. Наприклад, «Валерія», «Іванна», «У Василя», «У Марічки», «Піцерія у Марії» та ін.);

- **географічна назва** (назва певного географічного об'єкта – річки, озера, вершини, гори, гірського хребта чи населеного пункту, вулиці, моста, парку; наприклад, «Верховина», «Карпати», «Чернівці», «Чорногора» тощо);

- **історичні чи традиційні назви** (іноді заклад розташований у будівлі, де колись вже існував певний заклад. Старі назви ідеально вписуються в концепцію, якщо ресторан (кав'ярня, кафе) знаходиться саме в таких архітектурно-привабливих історичних будинках; наприклад «Gabsburg Cafe», «У капелюшника», «У тьоті Фрозі», «Під банком» та ін.);

- **етнічні і культурні назви** (можна втілити в життя концепцію, пов'язану з певною етнічною територією чи культурними традиціями,

яка приваблюватиме туристів; наприклад «Гуцулка Ксеня», «У мольфара», «Старий куферок», «Бамбетель», «Бартка», «Гойра», «Чічер» тощо);

- **поп-культура** (музичні напрямки, течії, стилі можуть стати назвою закладу харчування і тим самим привернути увагу їхніх палких шанувальників, наприклад, «Hard Rock Cafe», «Hip-Hop Bar», «Jazz Band Pub» та ін.);

- **погода** (можна пов'язати назву ресторану із певними екстремальними погодними явищами, наприклад, «Туман у місті», «Ураган», «Гроза», «Грім і блискавка», «Над хмарами» тощо);

- **методи приготування їжі** (назва відобразатиме фірмовий спосіб приготування страв, наприклад, «Українське барбекю», «Wog Cafe», «Піцерія на дровах» та ін.);

- **особливості району** (можна дати таку назву закладу, яка відобразатиме особливості того району, в якому він розташований, наприклад, фаст-фуд «Чистий прибуток» у фінансовому центрі міста, «Панська гуральня» на пішохідній вулиці з колишньою назвою Панська, кафе «Партер» чи «Бельетаж» поблизу театру, фаст-фуд «Студент», «Магістр» чи «Кафедра» в районі студентських гуртожитків або навчального закладу та ін.);

- **гумор та іронія** (така назва налаштуватиме на легку і невимушену атмосферу в закладі, тут можна організовувати виступи гумористів, гуртів, команд КВК, стендаперів; наприклад, Performance Pub «VVO», в якому одним з атрибутів офіціантів є маска коня, бар «Бібліотека» у студмістечку тощо).

**Атмосфера**, що створюється в ресторані, впливає на відвідувача на свідомому і підсвідомому рівнях. *Усвідомлений ефект* проявляється під час вибору ресторану: чи не надто шумно? Чи не заблизько один до одного розташовані столи? Чи не зavelикий зал? Чи не надто тісний? *Підсвідомий ефект* створюється тоншими засобами: освітленням, типом меблів і кольором скатертин, музикою.

Відвідувачі ресторану звертають особливу увагу на дизайн інтер'єру, і чим більше він допомагає створити відповідний настрій, тим краще. Спеціалісти з інтер'єру навіть термін вигадали для цього – **атмосферика**. Ще в 1970-х рр. оформлення ресторанів було підкреслено простим. Тепер без атмосферіки не обходиться жодна концепція, оскільки вона миттєво впливає на сенсоріку відвідувача.

Найбільше ця атмосферика помітна в інтер'єрі саме тематичних ресторанів. Вони максимально використовують кольорові, звукові,

освітлювальні, декоративні та візуальні ефекти для створення у клієнтів особливого настрою.

#### **1.4. Вибір місця розташування закладу ресторанного господарства**

Формат, концепція та місцерозташування вважаються «трьома китами» успіху будь-яких комерційних об'єктів, в т.ч. і закладів харчування. Як свідчить досвід ресторанного бізнесу, навіть унікальна ідея не принесе прибутків, якщо заклад розташований в поганій локації.

Концепція ресторану повинна відповідати місцю, де він розташований, а місцезнаходження – його концепції. Місце має подобатися тим, хто його відвідуватиме, тобто передбачуваному ринку. Звичайно, й інші чинники (якість їжі, меню, обслуговування, ціна, атмосфера, менеджмент) досить важливі, але вдале місцерозташування обходиться найдорожче, тому адміністрація змушена підвищувати ціни і форсувати збут, щоб ціни за оренду й утримання не перевищували 5-8% від реалізації страв.

Серед головних **критеріїв**, за якими **обирається місце для ресторану**, можна назвати такі:

- демографічний (чисельність мешканців мікрорайону, статеві-вікова структура населення, національність, релігійні погляди, середній рівень доходів у цих людей та ін.);
- відсутність промислових об'єктів, що забруднюють довкілля;
- наявність комунальних мереж (каналізації, дренажу, водогону, газопроводу тощо);
- зручність і доступність (близькість до автотранспортних засобів);
- помітність (наявність яскраво освітленої вивіски чи реклами);
- наявність власної автостоянки чи місць для паркування автомашин клієнтів (якщо вона потрібна, то на скільки місць і скільки це коштуватиме);
- привабливість для автомобілістів, що проїжджають повз ресторан;
- оцінка місцезнаходження (привабливість сусідніх будинків).

На думку рестораторів, **найперспективніші** такі **місця**: ресторан поодинокий; нагромадження ресторанів або ресторанний ряд; торговий центр; центр міста; багатий приміський район, сучасні житлові комплекси.

Місце розташування ресторану – чи не найважливіший чинник для будь-якого закладу, тому на його вибір варто звернути особливу увагу ще на етапі обговорення нового проєкту. Практично всі недоліки в роботі закладу можна усунути: змінити невдале оформлення інтер'єру,

звільнити поганих працівників, переглянути меню, запросити іншого кухаря, придбати новий посуд тощо. Проте якщо місце обране невдало, виправити цей чинник не вдасться. Ситуацію не врятує ні вишукане меню, ні автоматизація ресторану, ні привітний ресторан, ані унікальна концепція.

**Ресторани швидкого харчування і фаст-фуд.** Середній чек ресторану тісно пов'язаний із місцем розташування: чим нижчий чек, тим більша залежність закладу від потоку потенційних споживачів, які проходять повз нього. А отже, ресторан швидкого обслуговування чи точки з фаст-фудом потрібно відкривати там, де щодня проходить якомога більше людей. Ідеальним вважають місце біля станцій метро, торгових площ, зупинок громадського транспорту, густонаселених кварталів чи на поживлених перехрестях, де за хвилину проходить як мінімум 20 людей. Це ж стосується недорогих і демократичних ресторанів, закусочних чи піцерій, які вважаються загальнодоступними. Радіус роботи у них, звичайно, значно більший, ніж у точок із фаст-фудом, розкручений бренд також працює на користь бізнесу, але правила щодо розміщення аналогічні. Має значення кожний метр: адже віддалення від поживленого місця навіть на пів кварталу може виявитися для ресторану згубним.

Що ж стосується **дорогих ресторанів**, то вони не залежать від потоку споживачів і тут спрацьовують дещо інші закони. Дорогий ресторан повинен знаходитися в хорошому районі (це не означає, що місце обов'язково людне), мати зручну парковку (сюди зазвичай приїжджають на авто), стильний антураж і до дрібниць продуману концепцію. Наприклад, ресторан, в якому подають дичину, а стіни прикрашені мисливськими трофеями, може розташовуватися за містом.

Проте існують і винятки – **модні кафе і ресторани**. Вони можуть бути дорогими і пафосними, а можуть – демократичними і дешевими. Модний заклад не підпорядковується загальним правилам, досить часто порушує їх. Тому їхня популярність не залежить від місця розташування (сюди люди готові їхати цілеспрямовано), а залежить від цільової аудиторії. Та й тут варто пам'ятати про мінливість моди, зупинити свій вибір на зручному і доступному місці.

Щоб відкрити дійсно популярний і прибутковий ресторан, однієї чітко продуманої концепції замало. Важливо, щоб приміщення, в якому він розташовуватиметься:

- знаходилося на першій лінії будинків (може бути як окрема будівля, так і приміщення на першому або цокольному поверсі в

житловому чи офісному будинку);

- в районі, де є не тільки підприємства, навчальні заклади й офіси, але й житлові будинки (інакше у вихідні дні клієнтів не буде);
- вхід до закладу має бути з боку вітринних вікон.

Важливі також:

- наявність парковки поруч із рестораном чи кафе;
- добра видимість фасаду з будь-якої точки на вулиці (вивіска і реклама мають бути помітними в будь-яку пору року);
- близькість прогулянкових зон (особливо актуально влітку, коли більшість закладів відчувають нестачу відвідувачів);
- можливість організувати поруч із будівлею літній майданчик;
- врахування технічних характеристик (важливо ще на етапі проектування передбачити достатню кількість електроенергії, повинні чітко виділятися зони посадки і зони приготування їжі, перетин повітропроводу має бути достатнім для забезпечення 3-разового повітрообміну за 1 год, потрібна спеціальна каналізація і установка жироловлувачів).

Звичайно, в кожному конкретному випадку варто обирати місце для ресторану індивідуально, але враховувати всі вищезазначені чинники потрібно обов'язково. Іноді через підвищені вимоги на пошуки ідеальної локації для ресторану йдуть роки.

### **1.5. Класифікація закладів ресторанного господарства**

*Заклад ресторанного господарства* – це організаційно-структурна одиниця у сфері РГ, яка здійснює виробничо-торговельну діяльність: виробляє і (або) дотримує, продає і організовує споживання продукції власного виробництва і закупних товарів, може організувати дозвілля споживачів.

Класифікація закладів ресторанного господарства потрібна для того, щоб визначити типи підприємств і методи організації виробництва в них, форми обслуговування, характер послуг, які вони можуть надавати споживачам.

*Тип закладу громадського харчування* – це сукупність загальних характерних ознак виробничо-торговельної діяльності закладу РГ.

*Клас підприємства громадського харчування* – це сукупність відмітних ознак закладу РГ певного типу, яка характеризує рівень вимог до продукції власного виробництва і закупних товарів, умов їх споживання, організації обслуговування та дозвілля споживачів.

Отже, визначаючи тип закладу, враховують такі **чинники**:

- асортимент продукції, що реалізовується, її різноманітність і складність приготування;
- технічну оснащеність (матеріальну базу, інженерно-технічне оснащення та обладнання, склад приміщень, архітектурно-планувальне вирішення тощо);
- методи обслуговування;
- кваліфікацію персоналу;
- якість обслуговування (комфортність, етику спілкування, естетику);
- номенклатуру послуг, що надаються споживачам.

Класифікація закладів ресторанного господарства здійснюється за такими **критеріями**:

- виробничими функціями і характером виробництва;
- характером торгово-виробничої діяльності;
- місцем розташування;
- контингентом клієнтів (гостей), яких обслуговують;
- асортиментом продукції (спеціалізацією);
- місткістю;
- формами обслуговування;
- часом функціонування;
- рівнем обслуговування.

Залежно від **виробничих функцій і характеру виробництва** підприємства класифікуються на: заготівельні, доготівельні, з повним виробничим циклом, роздавальні, торговельні.

**Заготівельні підприємства** виконують функцію виробництва, спрямованого на централізований випуск напівфабрикатів, напівфабрикатів високого ступеня готовності, кулінарних і кондитерських виробів для комплексного постачання ними доготівельних підприємств, кулінарних магазинів. Сюди відносять фабрики-заготівельні, комбінати напівфабрикатів, спеціалізовані заготівельні цехи, спеціалізовані кулінарні і кондитерські цехи.

**Доготівельні підприємства** звільняються від процесів первинної механічної обробки сировини. Вони виготовляють продукцію з напівфабрикатів, які одержують від заготівельних закладів громадського харчування та підприємств харчової промисловості. До них відносять їдальні-доготівельні, вагони-ресторани та ін.

**Підприємства з повним виробничим циклом** виконують усі функції, тобто здійснюють обробку сировини, виготовляють напівфабрикати і готову кулінарну продукцію, а також самостійно

реалізують її через власні торгові зали, буфети, кулінарні магазини. До них належать великі заклади ресторанного господарства – комбінати харчування, ресторани, а також всі підприємства, які працюють на сировині.

**Підприємства роздачі** реалізують готову продукцію, отриману від заготівельних або інших типів підприємств громадського харчування. Тут повністю відсутня функція виробництва, а організована реалізація продукції і споживання її в торговому залі.

До **торгових підприємств** належать магазини кулінарії, буфети (без місць у залах), підприємства з відпуску готових страв, кулінарних та кондитерських виробів додому.

**Характер торгово-виробничої діяльності** є основним критерієм, залежно від якого всі заклади ресторанного господарства поділяють на такі **типи**: ресторан, кафе, бар, заклад швидкого харчування, буфет, закуочна, їдальня та ін., кожному з яких притаманні відповідний асортимент страв і напоїв, форми обслуговування, що застосовуються, місце розташування; контингент клієнтів, яких обслуговують – поєднання інших критеріїв класифікації.

**Ресторан** – це заклад РГ з різноманітним асортиментом продукції власного виробництва і закупних товарів, високим рівнем обслуговування і комфорту у поєднанні з організацією відпочинку і дозвілля споживачів.

*Ресторан-бар* – різновид ресторану, торговельна зала якого суміжна з торговельною залом бару або барна стійка розміщена в торговельній залі ресторану.

Особливість ресторанів при готелях полягає в тому, що вони обслуговують як тих, хто проживає в них, так і широку публіку. А також організують обслуговування урочистих і офіційних прийомів, нарад, конференцій, конгресів, надають гостям інші послуги: продаж сувенірів, квітів, обслуговування в готельних номерах тощо. Більшість ресторанів передбачає музичну програму і проведення концертів.

**Кафе** – заклад РГ із широким асортиментом страв нескладного приготування, кондитерських виробів і напоїв; в якому застосовують самообслуговування або обслуговування офіціантами. Різновид кафе з різноманітним асортиментом кави – це *кав'ярня*.

*Кафе-бар* – різновид кафе, торговельна зала якого суміжна з торговельною залом бару або барна стійка розміщена в торговельній залі кафе.

**Бар** – спеціалізований заклад РГ, де алкогольні, безалкогольні, змішані напої та страви до них і закупні товари продають через барну стійку.

**Заклад швидкого харчування (fast food)** – це заклад РГ, де застосовують метод самообслуговування і пропонують обмежений асортимент продукції, що прискорює процес обслуговування.

**Буфет** – це заклад РГ із обмеженим асортиментом готових страв і напоїв, розміщений у спеціально обладнаному приміщенні, де їжу споживають, як правило, стоячи або продають на внос.

**Закусочна** – заклад РГ самообслуговування, де переважає асортимент гарячих і холодних закусок, страв нескладного готування, призначений для швидкого обслуговування споживачів.

**Їдальня** – заклад РГ для обслуговування певного контингенту споживачів із різноманітним асортиментом продукції власного виробництва і закупних товарів, в якому страви можуть подавати у вигляді скомплектованих раціонів харчування. Функціонує, як правило, за місцем роботи споживачів, у навчальних закладах, військових підрозділах, лікувальних та оздоровчих закладах, відділеннях лікарень, закладах соціальної підтримки малозабезпечених верств населення тощо. В їдальнях можуть функціонувати зали оздоровчого, лікувального та лікувально-профілактичного призначення.

Залежно від **місця розташування** розрізняють:

- *міські ресторани* розташовані в межах міста і пропонують різноманітний асортимент страв, закусок, напоїв або спеціалізуються на наданні обідів і (чи) вечері. Працюють упродовж певних годин і мають численних клієнтів;

- *вокзальні ресторани* розташовані на залізничних і аеровокзалах. Працюють цілодобово. Характерний обмежений набір страв, закусок, напоїв, невисокий рівень цін та відносно швидке обслуговування;

- *вагон-ресторани* здебільшого є в потягах далекого прямування і призначені для обслуговування пасажирів, що перебувають в дорозі. До меню вагонів-ресторанів входять холодні закуски, перші і другі страви, гарячі напої, комплексні обіди, а також дорожні набори в пакетах, кондитерські вироби, фрукти, соки, мінеральні та фруктові води, що продаються офіціантами в усіх вагонах потяга;

- *ресторани на теплоходах* призначені для обслуговування пасажирів і туристів під час подорожі. У них надаються сніданки, обіди та вечері. Обслуговування здійснюється офіціантами, але може застосовуватися й самообслуговування. На великих теплоходах може



бути декілька ресторанів;

- *ресторани для автотуристів*, що не бажають залишати автомобіль, розташовані поблизу шосе чи великих автостоянок. З метою економії часу клієнти обслуговуються безпосередньо в машині офіціантами, які під'їжджають до них на роliках. Такий вид ресторанів поширений у США.

**Бари** можна класифікувати залежно від їхнього *розташування в готельній будівлі*:

- *вестибюльний бар (lobby bar)* є зручним місцем для зустрічей і бесід як гостей готелю, так і місцевих мешканців;

- *ресторанний бар* традиційно є найпривабливішим елементом інтер'єру ресторану;

- *допоміжний бар* – це торгова точка, розташована в глибині готельної будівлі, на поверсі. У великих готелях їх може бути декілька. Тут зосереджуються запаси вин, пива та інших напоїв для обслуговування гостей безпосередньо в номерах;

- *банкетний бар* розташований у банкетній залі. Використовується виключно для обслуговування банкетів і конференцій. Як правило, банкетний бар має великий запас дорогих і популярних вин, напоїв, пива;

- *бар при басейні* є у будь-якому високорозрядному готелі (не тільки курортному), тут гості можуть розслабитися із келихом екзотичного коктейлю чи будь-якого іншого напою;

- *міні-бари* – маленькі бари із холодильником у гостьових кімнатах. Призначені для постачання гостей напоями у будь-який час доби. Запаси напоїв у міні-барах поповнюються щоденно, а вартість випитого додається до загального рахунку.

Залежно від **контингенту гостей**, яких обслуговують, виділяють:

- загальнодоступні підприємства ресторанного господарства, які обслуговують всіх охочих;

- закриті заклади РГ, де послуги харчування надають певному контингенту споживачів за місцем роботи, служби чи навчання (у збройних силах, на підприємствах, будівництві, в різноманітних установах, навчальних закладах);

- заклади РГ, які обслуговують обмежений контингент споживачів: мешканців готелів, мотелів, глядачів і відвідувачів спортивних установ, глядачів у закладах культури і мистецтва, пасажирів на вокзалах, в аеропортах тощо. Іноді послугами закладів РГ при готелях може скористатися місцеве населення.

Залежно від **асортименту** пропонованої продукції виділяють такі категорії підприємств харчування:

- 1) повносервісні або універсальні;
- 2) спеціалізовані;
- 3) комбіновані.

*Повносервісними* зазвичай можуть бути тільки ресторани і кафе, оскільки вони пропонують широкий вибір закусок, страв – особливо порційних (щонайменше 15), хлібобулочних і кондитерських виробів з борошна, різних напоїв і, де майже все, що подається до столу, вирощене тут же, при ресторані, – від сировини до свіжої зелені. В меню повносервісних ресторанів висока частка фірмових страв і страв на замовлення, які належать до розряду страв «високої кухні». Повносервісним ресторанам притаманний високий рівень обслуговування. Їх оформлення відповідає загальному настроєві, який ресторан намагається створити. У деяких фешенебельних повносервісних ресторанах використовується приставний столик для закусок чи візок на коліщатах – обов'язковий атрибут так званого *англійського обслуговування*.

*Спеціалізовані підприємства* здійснюють виробництво і реалізацію продукції з певного виду сировини. Спеціалізація закладів харчування може бути різноманітною: від широкої – на стравах певної кухні (французької, італійської, китайської тощо) до вузької – на одному чи кількох найменуваннях страв. На приготуванні однієї основної страви спеціалізуються переважно підприємства швидкого обслуговування. Ця класифікаційна ознака підприємств ресторанного господарства досить відносна, оскільки один і той же ресторан може бути одночасно і повносервісним, і спеціалізованим. Наприклад, спеціалізуючись на стравах французької кухні, ресторан одночасно пропонує широкий асортимент їхніх найменувань.

*Комбінований заклад* – це об'єднання кількох закладів різних типів, що входять до складу одного підприємства і розміщені в одній будівлі. Вони надають споживачеві можливість вибору в одному місці кількох видів послуг (ресторани-бари, більярдний клуб і кафе-бар тощо), задовольняючи різнобічні потреби клієнтів.

До цієї ж групи можна віднести і *майдан харчування*, який є комплексом закладів ресторанного господарства із загальним торговельним залом. Особливість його полягає в тому, що найчастіше заклади ресторанного господарства належать кільком підприємствам.

Серед різних типів підприємств харчування найпростіше спеціалізувати **бари** – залежно від асортименту реалізованих напоїв вони поділяються на бари загального призначення і *спеціалізовані* (десертні, винні, пивні, молочні, коктейль-бари та ін.). *Бари загального призначення* організують при готелях у приміщеннях, суміжних із вестибюлем, у холах, ресторанах, поряд із основною залом або у залі кафе. Тут реалізують коктейлі, бутерброди, кондитерські вироби, фрукти, соки.

**За призначенням** бари поділяються на:

- *денні* – призначені для проведення зустрічей ділових людей; використовуються як центри комунікацій. Музики в денних барах немає;

- *танцювальні* – працюють переважно у вечірній час. У залі виділяють місце для оркестру, танців, концертних виступів. При їх проектуванні на одне місце відводиться до 1,8 м<sup>2</sup> за столиками та 0,4 м<sup>2</sup> для танцювального майданчика. Асортимент продукції складається з вин, освіжаючих напоїв, коктейлів, а також невеликого набору холодних і гарячих закусок;

- *нічні клуби* призначені для організації і проведення різноманітних розважальних заходів, таких як шоу, вар'єте, кабаре тощо. В них пропонується широкий вибір алкогольних напоїв;

- *ігрові бари* – заклади, де реалізація коктейлів, спеціальних закусок, гарячих напоїв здійснюється в залах, де встановлені ігрові автомати;

- *бари-еспресо* розраховані на швидку зміну гостей, причому гості частіше стоять, ніж сидять. Там пропонується переважно кава, аперитиви та обмежена кількість страв;

- *пляжні бари* влаштовують на пляжах уздовж берегів озер або морів. Напої там не дозволяється подавати у склянному посуді. Пропонується багато безалкогольних і легких алкогольних напоїв;

- *pool-бари* – поруч або навіть безпосередньо в басейні («бари для нирців»), де пропонують екзотичні види напоїв.

Особливою групою закладів ресторанного господарства є бари, призначені для реалізації певного виду виробів: гриль-, «снєк»- та інші. *Гриль-бари* реалізують вироби з м'яса, птиці, риби, смажені в електрогрилях, а також гарячі та холодні напої, натуральні вина, кондитерські вироби тощо. *«Снєк»-бари* поєднують функції бару і закускової. Поряд із організацією харчування, в них реалізують різноманітні коктейлі і створюють умови для відпочинку відвідувачів. Вони розташовані у великих торгових центрах, на автостадах, центральних магістралях міст, у місцях масового відпочинку.

**Закусочні** також поділяються на підприємства загального типу і спеціалізовані (шашлична, чебуречна, піцерія, млинцева, картопляна, бульйонна, сосискова, пельменна, варенична, пиріжкова, пончиківі, чайна, гамбургерна та ін.).

За потужністю заклади різного типу характеризуються **кількістю місць** або обсягом продукції, що виробляється. Типовими проектами передбачене будівництво їдалень на 50, 100, 150, 200, 300, 400, 500 і більше місць; ресторанів – на 100, 150, 200, 400 і 500 місць; комплексних підприємств, які розміщені в житловому районі, на 150 чи 200 місць, у зоні міського поселення – 300, 400 і 500 місць; фабрики-заготівельні з потужністю виробництва 15, 25, 40 тонн тощо.

Залежно від **методів обслуговування**, які застосовуються в закладах ресторанного господарства, підприємства харчування можна поділити на дві групи: з обслуговуванням офіціантами (частковим чи повним) та самообслуговуванням.

**За часом функціонування** підприємства ресторанного господарства бувають: постійно діючими, сезонними (працюють у весняно-літній чи зимовий (святковий) період), такими, що працюють у денний і вечірній час або вночі (нічні бари).

**За ступенем комфорту, рівнем обслуговування і обсягом надаваних послуг** ресторани і бари поділяють на три класи: люкс, вищий і перший. Заклад кожного класу повинен відповідати певним вимогам. Кафе, їдальні і закуочні на класи не поділяють.

**Мережа підприємств** поділяється на три види: стаціонарну, сезонну, пересувну.

*Стаціонарна мережа* складається з підприємств, які мають постійне місце розташування і працюють упродовж всього року.

*Сезонна мережа* – це підприємства літнього типу, які організуються для обслуговування на пляжах, в курортних місцях, парках, турбазах, базах відпочинку.

*Пересувна мережа* залежно від техзасобів, які використовуються, може бути у вигляді автокафе, автобуфетів, лотків, їдалень-вагонів.

### **1.6. Поняття про ресторанні мережі: плюси та мінуси створення і функціонування**

Підприємства ресторанного господарства як суб'єкти інфраструктури ринку можна поділити на *ресторанні мережі (мережеві) і незалежні*. Ресторанні мережі є новою формою бізнесу в індустрії харчування України. На Заході підприємці давно зрозуміли, що організувати підприємство з нуля, а тим більше фірмову мережу,

досить важко. Щоб створити оптимальну модель бізнесу, вони купують франшизу, одержують консультації і починають працювати. Франчайзинговий пакет для підприємств ресторанного господарства – це бізнес-структура з певною концепцією, асортиментом продукції, послуг, дизайном, що дозволяє організувати підприємницьку діяльність з найменшим ризиком. Як правило, комерційний ризик при франчайзингу зменшується в п'ять разів, оскільки купуються франшизи вже готової концепції.

*Франчайзинг* – організація ресторанного бізнесу, при якій власник торгової марки, торгового імені або авторського права на виробничу систему (франчайзер) дозволяє іншій фірмі (франчайзі) їх використання за умови виконання певних умов.

*Особливості створення ресторанних мереж:*

- зважаючи на широкий перелік характеристик споживачів і комерційної спрямованості операцій на масового споживача, виникає необхідність уніфікації пропозицій;

- перебуваючи у складі ресторанної мережі, ці підприємства прагнуть одноманітності всіх елементів, оскільки стандартизація полегшує поширення позитивного досвіду. Важливо, щоб споживачі знали, що позитивний досвід, досягнутий на одному з них, буде притаманний всій мережі, незалежно від місця розташування ресторанів;

- управління мережею підприємств значною мірою спрощується в результаті стандартизації продукції, сервісу та управлінської політики. З'являється можливість економії грошових коштів при закупівлі продуктів. Зменшуються витрати, пов'язані з наймом і навчанням фахівців, спрощується контроль за якістю продукції та послуг.

В 90-х роках ХХ ст. на український ринок вийшла міжнародна мережа швидкого харчування *McDonald's*. Іноземні системи створили стимул для розвитку національних систем на основі франчайзингу. Одним із перших таких проєктів стало створення мережі національних ресторанів швидкого харчування «Швидко», «Мак Смак», «Домашня кухня», «Пузата Хата», «Картопляна Хата», «Піцерія «Челентано», «Крила» та ін. У деяких регіонах України з'явилися свої оригінальні підприємства, наприклад «Домашній кухар» (Черкаси), «Жарю Парю» (Одеса), «OZZY» (Чернівці) тощо.

Мережеві ресторани мають єдиний центр управління, централізоване постачання продуктів, сировини і напівфабрикатів, однакове меню з відносно обмеженим асортиментом. Прийнято

розрізняти регіональні, національні і міжнародні мережі. До міжнародних мереж відносять, насамперед, *McDonald's, KFC, Subway, Pizza Hut, Domino's Pizza, Burger King, Taco Bell, Wendy's* та ін.

*Незалежні ресторани* характеризуються організаційно-господарською самостійністю. Вони самі обирають стратегію і практику поведінки на ринку. На відміну від мережевих ресторанів, незалежні підприємства мають всі можливості бути не схожими на інших. Саме їхня унікальність, концептуальність створюють неповторний імідж для споживачів, які надають перевагу персональному обслуговуванню, зацікавлені в специфічних характеристиках місця розташування, сервісу, інтер'єру й управління підприємством. Коли на ринку функціонує один ресторан зі своїми неповторними особливостями, то унікальність є головною перевагою такого закладу. Їм притаманна гнучкість і можливість пристосовуватися до змін кон'юнктури ринку.

Останніми роками в ресторанному бізнесі формується новий напрям – створення *демократичних ресторанів*. Цей бізнес знаходиться на стику чітких технологій як у фаст-фуді, так і якісній національній (або змішаній) кухні, що потребує індивідуального підходу в елітарних ресторанах. Як свідчить світова практика, демократичні ресторани – найдинамічніший напрям на ресторанному ринку.

**Ресторани швидкого обслуговування Fast Food** пропонують меню, обмежене гамбургерами, смаженою картоплею, хот-догами, курчатами (всіх видів), різними рибними і національними стравами (на кшталт мексиканського тако, буріто та ін.). Ці обмеження і стандартизація меню дозволяють значно прискорити обслуговування, що досить схвально сприймається зайнятими людьми. Відвідувачі замовляють страви біля прилавка під яскраво освітленим меню, на якому зображені продукти, що замовляються. В багатьох ресторанах відвідувачі прибирають за собою посуд, що дозволяє знизити собівартість страв. Здебільшого ресторани швидкого обслуговування спеціалізуються на приготуванні якоїсь однієї основної страви:

- *гамбургерів* – McDonald's, Burger King, Wendy's;
- *піци* – Pizza Hut, Domino's, Little Ceasar;
- *морепродуктів* – Red Lobster, John Silver's;
- *страв із курчати* – KFC, Church's;
- *біфштексів* – Sizzler, Ponderosa, Bonanza;
- *сендвічів* – Subway;
- *млинців* – International House of Pancakes, Country Kitchen;
- *мексиканських страв* – Tako Bell, El Torito, Chi Chi's.



**Гамбургери.** Найграндіозніший успіх у світі ресторанного бізнесу пов'язаний із фірмою *McDonald's*. Це був перший в історії заклад харчування, де використовувався конвеєрний спосіб для приготування та подачі страв. Завдяки цій системі, клієнтів обслуговували дуже швидко і водночас якісно. Ще однією відмітною рисою закладу було те, що клієнтам не потрібне було столове приладдя, оскільки все було зручно запаковано. Меню змінювалося кілька разів, поки брати МакДональдс не зрозуміли, що воно має бути стандартним і охоплювати тільки страви, які користуються попитом. Так залишилися тільки знамениті гамбургери, картопля фрі, безалкогольні напої, чізбургери.

На початку 1950-х рр. підприємець Рей Крок, який торгував апаратами для виробництва содової води, отримавши замовлення від продавців гамбургерів братів МакДональдів на 2 таких апарати, переконав їх продати йому ліцензію. Подальша доля відома: мільярди гамбургерів і всесвітня слава. Формула успіху проста: якість, оперативність і чистота. Все це було досягнуто завдяки автоматизації процесу і правильності концепції, що базувалась на обмеженні продуманого до дрібниць меню, суворому дотриманні стандартів якості і потужній рекламній кампанії.

*McDonald's* – гігант ресторанної індустрії швидкого обслуговування, що реалізує в усьому світі продукцію на суму близько \$25 млрд, посідає 2-е місце за кількістю торгових точок (понад 36 тис.) після Subway. З 1997 р. *McDonald's* вийшов на український ринок швидкого харчування (за даними на 2019 р. кількість закладів становила 88). Компанія завойовує і нетрадиційний для індустрії ринок – військові бази, багаті передмістя. Купівельний ринок фірми ще більше розширився, були запроваджені сніданки і в меню з'явилися страви, розраховані на смаки не тільки дітей, але й дорослих. Оновлене меню стимулювало зростання торгового обороту кожного із ресторанів, що входять до ланцюга.

У США дуже важко придбати ліцензію цієї фірми, оскільки вона фактично заповнила основні ринки. Для відкриття ресторану швидкого обслуговування за ліцензією відомої фірми доводиться заплатити від \$800 тис. до \$1 млн. Ліцензії менш відомих фірм коштують дешевше.

Кожна з великих мереж ресторанів, що спеціалізуються на гамбургерах, використовує своєрідну стратегію для залучення

відвідувачів. Вказуючи ціни в меню, *Taco Bell* дотримується так званої «99-центової стратегії». *Burger King* рекламує свої гамбургери, підкреслюючи, що вони смажаться на відкритому вогнищі. Інші заманюють відвідувачів, пропонуючи додаткові закуски із приставних столиків, і враховують смаки дорослої публіки, оформляючи зали. Деякі з них мають ліцензію на продаж пива та вин. Навіть незначні регіональні мережі можуть переманювати відвідувачів у гігантів індустрії, пропонуючи «найвищу якість за помірними цінами».

**Піца.** Сегмент ресторанів швидкого обслуговування, що спеціалізуються на піці, продовжує зростати. Це пояснюється тим, що власники закладів зуміли налагодити швидку доставку своїх продуктів додому. Найбільшими мережами є *Pizza Hut*, *Domino's* і *Little Ceasar*. Існує також безліч дрібних регіональних мереж. Фірма *Little Ceasar* збудувала свою імперію, пропонуючи дві піци за ціною однієї. *Pizza Hut* також розгорнула систему доставки додому і пропонує дві піци за зниженою ціною.



**Курча** завжди користувалося популярністю серед кухарів і, очевидно, зберігатиме свою популярність, оскільки відносно дешево і з нього легко готувати найрізноманітніші страви. З 1990-х років його також почали розглядати як здоровішу альтернативу гамбургерам.



*Kentucky Fried Chicken (KFC)* настільки домінує на ринку США, що практично наситила його. Нині KFC завойовує нетрадиційні для цього виду продукції сегменти ринку, такі, як університетські кампуси, середні школи, міські райони із переважно інтернаціональним населенням. Вони також намагаються розширити ринок, запроваджуючи нові страви на кшталт «крильця по-східному», «крильця зі спеціями», «кентукські нагетси» тощо. На український ринок KFC вийшла в 2012 р. і налічує сьогодні 15 закладів.

**Морепродукти.** *Red Lobster* вважається найзнаменитішим ланцюгом ресторанів, що спеціалізуються на морепродуктах, які залишаються популярними через орієнтованість населення на здорове харчування. Більшість ресторанів цієї мережі, продовжуючи цю лінію, переходять зі смаження продуктів на олії до здоровіших форм їхнього приготування: смажать на грилі, запікають.







**Сендвічі.** Багато підприємців-початківців входять у ресторанный бізнес, відкриваючи ресторан, що спеціалізується на сендвічах. Лідер цього сегменту – фірма *Subway*, яка охоплює понад 44 тис. ресторанів в 110 країнах

світу (2019 р.). Її стратегія полягає в тому, щоби вкладати половину коштів, що витрачаються на рекламу, в рекламу через національні засоби масової інформації. Як і інші ресторанный ланцюги, *Subway* намагається розширити свій ринок, залучаючи не тільки підлітків, але й дітей молодшого віку, розробляючи спеціальні сендвічі, які користуються у них популярністю. Всі ресторани цього напряму підкреслюють свою екологічну безпеку.

**Сімейні ресторани** – це сучасний варіант стилізації під старомодну кав'ярню. Розташовуються вони, як правило, в престижних передмістях або недалеко від них. Атмосфера більшості сімейних ресторанів вирізняється простотою, як і меню, офіціанти вміють догодити всім членам сім'ї. У деяких сімейних ресторанах є салатно-десертні бари, користування якими вносить деяку різноманітність і збільшує прибутки.

Більшість **ресторанів національної кухні** (етнічних, як їх іноді називають) за типом власності незалежні й управляються, як правило, їхніми власниками, які пропонують щось незвичайне місцевим шанувальникам «гостренького», а представникам національної діаспори – нагадують про батьківщину їхніх предків. Усі ці ресторани орієнтовані на смаки різних імігрантських общин – італійської, китайської тощо. Великою популярністю користуються ресторани з мексиканською кухнею, яскравими представниками якої є *Taco Bell, Chi-Chi's, El Torito, Del Taco Inc.* Остання пропонує велике різноманіття мексиканських страв за скромними цінами, починаючи з 49 центів.

В усіх великих містах є значна кількість етнічних ресторанів, яка постійно зростає. З'являються ресторани з тайською, корейською, афганською, індійською, японською, ефіопською та ін. кухнями.

### **Запитання та завдання для самоперевірки**

1. *Опишіть роль і місце ресторанного господарства в сучасній індустрії гостинності.*

2. *Назвіть основні відмітні риси закладів ресторанного господарства від промислових і торгових підприємств.*

3. *Охарактеризуйте організаційно-економічні функції підприємств ресторанного господарства.*

4. *В чому проявляється соціальний характер у реалізації продукції в закладах ресторанного господарства?*

5. Дайте визначення понять «ринку ресторану», «ніша», «чесна частка ринку», «реальна частка ринку».

6. Розкрийте сутність поняття «концепція» закладу ресторанного господарства. Назвіть основні напрямки вибору назви для концептуального закладу харчування.

7. Назвіть критерії, за якими обирається місце для ресторану.

8. Які чинники враховують при визначенні типу закладу ресторанного господарства?

9. Як поділяються заклади ресторанного господарства залежно від виробничих функцій і характеру виробництва?

10. Охарактеризуйте типи закладів харчування залежно від характеру торгово-виробничої діяльності.

11. Які типи ресторанів виділяють залежно від місця розташування?

12. Назвіть види барів, які можна виділити в готельній будівлі.

13. На які групи поділяють заклади ресторанного господарства залежно від контингенту гостей, яких обслуговують?

14. Охарактеризуйте типи закладів харчування залежно від асортименту пропонованої продукції.

15. Назвіть види барів, які виділяють залежно від їхньої спеціалізації.

16. Охарактеризуйте плюси та мінуси мережевих закладів ресторанного господарства.

17. Розкрийте причини успіху всесвітньо відомих ресторанних мереж.

### **Тести для самоконтролю**

1. Виробництво продукції, реалізація та організація споживання належать до \_\_\_\_\_ функціонування підприємств ресторанного господарства.

- а) галузевих особливостей;
- б) особливостей організаційно-економічного характеру;
- в) особливостей соціального характеру.

2. Залежність асортименту продукції від контингенту споживачів, сезону, попиту, наявності сировини та продуктів у коморах – це одна із багатьох особливостей \_\_\_\_\_ характеру.

- а) галузевого; б) організаційно-економічного; в) соціального.

3. Залежність режиму роботи закладів від режиму роботи підприємств, установ, учбових закладів – одна з особливостей \_\_\_\_\_ характеру.

- а) галузевого; б) організаційно-економічного; в) соціального.

4. Ринку ресторану – \_\_\_\_\_.

- а) це специфічна частка певного ринку;
- б) формують люди, які користуються його послугами;
- в) це відношення кількості ресторанів у даному мікрорайоні до чисельності населення;
- г) це демографічні характеристики населення мікрорайону;
- д) це пересічна кількість відвідувачів, яка обідатиме, за інших рівних умов, у будь-якому ресторані.

5. Ніша – це \_\_\_\_\_.
- а) специфічна частка певного ринку;
  - б) формують люди, які користуються його послугами;
  - в) відношення кількості ресторанів у даному мікрорайоні до чисельності населення;
  - г) демографічні характеристики населення мікрорайону;
  - д) пересічна кількість відвідувачів, яка обідатиме, за інших рівних умов, у будь-якому ресторані.
6. Потенційна життєздатність ресторану – це \_\_\_\_\_.
- а) специфічна частка певного ринку;
  - б) відношення кількості ресторанів у даному мікрорайоні до чисельності населення;
  - в) демографічна характеристика населення мікрорайону;
  - г) пересічна кількість відвідувачів, яка обідатиме, за інших рівних умов, у будь-якому ресторані.
7. Чесна частка ринку – це \_\_\_\_\_.
- а) специфічна частка певного ринку;
  - б) відношення кількості ресторанів у даному мікрорайоні до чисельності населення;
  - в) демографічна характеристика населення мікрорайону;
  - г) це пересічна кількість відвідувачів, яка відвідує, за інших рівних умов, той чи інший ресторан.
8. Реальна частка ринку – це \_\_\_\_\_.
- а) специфічна частка певного ринку;
  - б) відношення кількості ресторанів мікрорайону до чисельності населення;
  - в) кількість відвідувачів, яку той чи інший ресторан отримує;
  - г) пересічна кількість відвідувачів, яка обідатиме, за інших рівних умов, у будь-якому ресторані.
9. До головних критеріїв, за якими обирається місце для ресторану, відносять:
- а) демографічний;
  - б) відсутність промислових об'єктів, що забруднюють довкілля;
  - в) наявність комунальних мереж;
  - г) зручність і доступність (близькість до автотранспортних засобів);
  - д) помітність (наявність яскраво освітленої вивіски чи реклами закладу);
  - е) наявність власної автостоянки чи місця для паркування авто клієнтів;
  - є) привабливість для автомобілістів, що проїжджають повз ресторан;
  - ж) усі перелічені вище.
- 10\*. З погляду рестораторів найперспективнішими є такі місця:
- а) ресторан є поодиноким;
  - б) нагромадження ресторанів або ресторанный ряд;
  - в) віддалений від центру міста район;
  - г) торговий центр;
  - д) житлові мікрорайони;
  - е) центр міста;
  - є) багатий приміський район.

11. *В яких закладах РГ найяскравіше проявляється атмосфера?*
- а) в інтер'єрах ресторанів класу «люкс»;
  - б) в інтер'єрах закусточних;
  - в) в інтер'єрах концептуальних закладів харчування;
  - г) в інтер'єрах кав'ярень.
12. *Тип закладу громадського харчування – це \_\_\_\_\_.*
- а) вид підприємства із характерними особливостями обслуговування, асортименту реалізованої кулінарної продукції та номенклатури послуг, що надаються клієнтам;
  - б) сукупність загальних характерних ознак виробничо-торговельної діяльності закладу ресторанного господарства;
  - в) сукупність підприємств, що характеризуються певними особливостями обслуговування.
13. *Клас підприємства громадського харчування – це \_\_\_\_\_.*
- а) вид підприємства із характерними особливостями обслуговування, асортименту реалізованої кулінарної продукції та номенклатури послуг, що надаються клієнтам;
  - б) сукупність відмінних ознак підприємства певного типу, що характеризує якість наданих послуг, рівень та умови обслуговування;
  - в) сукупність підприємств, що характеризуються певними особливостями обслуговування.
14. *Залежно від виробничих функцій і характеру виробництва підприємства класифікуються на:*
- а) заготівельні, доготівельні, з повним виробничим циклом, роздавальні, торговельні;
  - б) ресторани, кафе, бари, їдальні, закусточні;
  - в) повносервісні та спеціалізовані;
  - г) заготівельні, доготівельні, торговельні.
15. *За характером торгово-виробничої діяльності всі заклади харчування поділяють на такі типи:*
- а) заготівельні, доготівельні, з повним виробничим циклом, роздавальні, торговельні;
  - б) ресторани, кафе, бари, їдальні, закусточні тощо;
  - в) повносервісні та спеціалізовані;
  - г) заготівельні, доготівельні, торговельні.
16. *Підприємства з повним виробничим циклом \_\_\_\_\_.*
- а) виконують функцію виробництва, спрямованого на централізований випуск напівфабрикатів, кулінарних і кондитерських виробів для комплексного постачання ними інших підприємств;
  - б) здійснюють обробку сировини, виготовляють напівфабрикати і готову кулінарну продукцію, а також самостійно реалізують її через власні торгові зали, буфети, кулінарні магазини;

в) реалізують готову продукцію, отриману від заготівельних або інших підприємств громадського харчування. Тут повністю відсутня функція виробництва; організована реалізація продукції і споживання її в торговому залі.

*17. Заготівельні підприємства \_\_\_\_\_.*

а) виконують функцію виробництва, спрямованого на централізований випуск напівфабрикатів, кулінарних і кондитерських виробів для комплексного постачання ними інших підприємств;

б) здійснюють обробку сировини, виготовляють напівфабрикати і готову кулінарну продукцію, а також самостійно реалізують її через власні торгові зали, буфети, кулінарні магазини;

в) реалізують готову продукцію, отриману від заготівельних або інших підприємств громадського харчування; тут повністю відсутня функція виробництва; організована реалізація продукції і споживання її в торговому залі.

*18. Ресторан – це \_\_\_\_\_.*

а) заклад РГ з різноманітним асортиментом продукції власного виробництва і закупних товарів, високим рівнем обслуговування й комфорту в поєднанні з організацією відпочинку та дозвілля споживачів;

б) підприємство з організації харчування та відпочинку споживачів із наданням обмеженого асортименту продукції, реалізовує фірмові страви, страви і вироби на замовлення та напої;

в) заклад громадського харчування з обмеженим асортиментом страв нескладного приготування з певної сировини, призначений для швидкого обслуговування споживачів.

*19. Кафе – це \_\_\_\_\_.*

а) заклад ресторанного господарства з широким асортиментом страв складного приготування, включаючи страви на замовлення та фірмові, підвищеним рівнем обслуговування в поєднанні з організацією відпочинку;

б) підприємство з організації харчування та відпочинку споживачів із наданням обмеженого асортименту продукції, реалізовує фірмові страви, страви і вироби на замовлення та напої;

в) заклад РГ із широким асортиментом страв нескладного готування, кондитерських виробів і напоїв, в якому застосовують самообслуговування або обслуговування офіціантами.

*20. Залежно від місця розташування розрізняють такі ресторани:*

а) міські, вокзальні, вагони, на теплоходах, для автотуристів;

б) центральні, заміські, сільські, в торгових центрах, придорожні;

в) спеціалізовані, повносервісні, клубні, цілодобові;

г) вестибюльні, банкетні, при басейнах, на поверхах.

*21. Залежно від асортименту пропонованої продукції можна виділити дві великі категорії підприємств харчування:*

а) спеціалізовані, повносервісні та комбіновані;

б) з вузькою спеціалізацією та широкою спеціалізацією;

- в) загальнодоступні та пов'язані з обслуговуванням певного контингенту споживачів;
- г) сезонні та цілорічні.

22\*. Залежно від методів обслуговування, що застосовуються, підприємства ресторанного господарства поділяють на \_\_\_\_\_.

- а) підприємства самообслуговування;
- б) з обслуговуванням офіціантами;
- в) із французьким обслуговуванням;
- г) із висококласним обслуговуванням.

23\*. Ресторани і бари за ступенем комфорту, рівнем обслуговування і обсягом надаваних послуг поділяються на класи:

- а) люкс;
- б) високий;
- в) середній;
- г) вищий;
- д) перший;
- е) низький.

24. Яка міжнародна мережа швидкого харчування вийшла на український ринок в 90-х рр. ХХ ст.?

- а) McDonald's;
- б) KFC;
- в) Subway;
- г) Pizza Hut;
- д) Wendy's;
- е) Domino's Pizza;
- е) Burger King;
- ж) Taco Bell.

25. Хто був причетний до успіху міжнародної мережі швидкого харчування McDonald's?

- а) брати МакДональдс;
- б) Джон Дельмоніко;
- в) Рей Крок;
- г) М. Буланже;
- д) Цезар Рітц;
- е) Огюст Ескоф'є.

## **ТЕМА 2. ЕВОЛЮЦІЯ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА. ПЕРІОДИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ**

- 2.1. Зародження ресторанної справи.
- 2.2. Роль кав'ярень у громадському житті суспільства.
- 2.3. Вплив французьких кулінарних традицій на розвиток ресторанної справи у світі.
- 2.4. Розквіт ресторанного бізнесу в ХІХ ст.
- 2.5. Розвиток мереж закладів харчування в ХХ ст.
- 2.6. Сучасні тенденції в розвитку ресторанного господарства.

### **2.1. Зародження ресторанної справи**

Ідея першого в історії «ленчу ділової людини» належить *Секвію Локату*, римському трактирникові, який ще в 40 р. до н.е. полегшував життя маклерів на галерній пристані, надто зайнятих для того, щоб обідати вдома. Саме на цей час припадає і складання першої кулінарної книги римським епікурейцем Апіцієм. Відтоді ці видання користуються надзвичайною популярністю, зокрема, збірник кулінарних рецептів Гутенберга 1474 р. і 12 томів швейцарця Шремлі.

Власники давньоримських постійних дворів були позбавлені багатьох громадянських прав, включаючи право служити в армії, порушувати проти будь-кого справи в суді, складати присягу і виступати опікуном. Моральні принципи кожного, хто займався цим бізнесом, піддавалися сумніву. Незважаючи на це, майже кожен квартал мав пивну. Тільки в одній Помпеї (порівняно невеликому місті для свого часу) було 118 пивних і питних закладів. У Римі таверни можна було впізнати за колонами, підперезаними ланцюгами фляг, і за червоними ковбасами, що висіли вздовж стін. Підлоги були прикрашені яскравою мозаїкою, а стіни – картинами. Були пивні і для простого люду. Господар пивного закладу вирощував виноград для виробництва вина. Невеликі шматочки сухого сиру розвішувалися в кімнаті у кошиках із тростини.

Крім кухарів, спеціалістів зі складання меню, для створення рецептів нових страв передбачалась і особлива посада «гастроном». Але кулінарні шедеври були прерогативою для патрициїв, у тавернах для плебеїв вишуканих страв не готували, все готувалося значно простіше.

Римські кухарі вважали себе елітою і нагороджували один одного гучними титулами. В часи правління імператора Адріана (117-138 р.н.е.) римські шеф-кухарі заснували на Палатинському пагорбі власну *Академію кулінарного мистецтва*.

*Період Середньовіччя.* Обговорення середньовічної гостинності буде не повним, якщо не згадати банкетів у палацах короля і знаті, де обслуговували сотні гостей. Це обслуговування було «дискримінаційним», оскільки різні страви подавалися гостям різного рангу. Вища знать, зрозуміло, отримувала найкращі шматки. Записи в одній із книг про домашні витрати свідчить про те, що тільки один ранковий сніданок міг охоплювати десять наборів страв для гостей різного статусу.

Санітарні умови кухонних приміщень були жахливими: про холодильники навіть не йшлося, продукти захарашували полиці і досить часто падали на підлогу, собаки і діти бавилися серед цього безладу та ін. А самі кухарі мали досить туманне уявлення про гігієну, внаслідок чого різноманітні інфекційні хвороби вільно передавались від одного до іншого, не розбираючи, хто бідний, а хто багатий.

Переважно до кожного прийому їжі готувалися десятки страв, вони ретельно сервірувалися, але з'їдалися без належних церемоній. Виделки на той час були невідомі. Вважають, що Катерина Медічі (сер. XVI ст.) намагалась привчити французький королівський двір

користуватися виделками, але широкого вжитку вони набули тільки через 200 років. Замість них використовувалися пальці. Ніж виконував подвійну функцію: ним різали і з нього їли. Їжу споживали з дерев'яних дощочок чи великих, рівно нарізаних кавалків дуже черствого хліба.

У XVI ст. в Англії з'явилися таверни для простого люду, що називалися ординарними, де за загальним столом подавали чергові страви за тверду плату. Здебільшого основною стравою було добре переварене гостре рагу із м'яса та овочів. Кулінарні якості обмежувалися наявністю в казані певних інгредієнтів, що потрапляли туди тільки через дешевизну. Незначна частина їдців мала здорові зуби, більшість же взагалі їх не мала, тому їжа повинна була легко пережовуватися. Свіже м'ясо було рідкістю, а тухлятина – швидше нормою, ніж винятком. Спеції допомагали не тільки зберегти м'ясо, але й приховати неприємний запах.

## 2.2. Роль кав'ярень у громадському житті суспільства

У 1528 р. Іспанія зустрічала конкістадора Ернана Кортеса, серед дивних речей якого, привезених із Нового Світу, були дорогоцінні какао-боби і дарований ацтеками секрет приготування какао-напою, що відновлював сили. Так почалася історія шоколаду – продукту, що довго залишався привілеєм королів і знаті. Аристократія обожнювала французькі «Бутіки гарячого шоколаду» і англійські «Шоколадні будинки».

У XVI ст. екзотичні предмети експорту почали впливати на звички Західної Європи: кава і чай, які колись сприймалися як забаганки смаку. Чай утверджувався як звичний напій ще повільніше, ніж кава, і отримав значне поширення тільки в Англії до середини XIX ст.

**Кава** прийшла до нас із Ефіопії та з провінції Мока в Ємені. Згідно з легендами, молодий абісінський пастух на ім'я Калді, якимось помітив, що його зазвичай напівсонні кози, пожувавши ягід однієї з рослин, стають надзвичайно активними. Він вирішив також спробувати цих ягід і, забувши про всі свої турботи, відчув себе найщасливішою людиною в «щасливій Аравії». Монах із прилеглого монастиря, побачивши Калді таким веселим, також їх скуштував і своїй монастирській братії приніс. Завдяки цим зернам монахи значно легше витримували нічні молитви.

У Середні віки кава через Туреччину потрапила до Європи, але не без труднощів. До кінця XVI ст. кава привернула до себе достатньо уваги, щоб заслужити несхвалення католицької церкви, що називала її «вином ісламу», «напоєм нехристів». В Італії священники звернулися до



папи Клементя VIII з вимогою заборонити християнам вживати цей «сатанинський напій». Вони говорили, що Сатана, якому моляться невірні, заборонив своїй пастві пити вино, оскільки воно використовується в християнських релігійних обрядах, замінивши його «пекельним зіллям чорного кольору». Проте папа, скуштувавши цей напій, сказав: «Він настільки чудовий, що було б шкода залишити його невірним у виняткове користування». І поблагословив цей напій, який скоро завоював європейський вищий, а за ним і середній клас.

У 1637 р. в Англії була відкрита перша європейська кав'ярня, а вже через тридцять років вони відібрали у таверн славу найпопулярніших місць для світського, ділового і політичного спілкування. Кав'ярні навіть називали *грошовими університетами*, оскільки там можна було одержати різноманітні знання (зокрема, й наукові) за мідний гріш – стільки коштувала чашка кави. Там не тільки говорили про справи, але й укладали угоди. Банки, газети і навіть комерційні фірми створювались за чашкою кави. Лондонська страхова компанія Лойда зародилася як кав'ярня Едварда Лойда.

В наступному столітті кав'ярні почали з'являтися як гриби після дощу по всій Європі. У 1668 р. сицилієць Франческо Прокопіо де Кольтелі відкрив першу кав'ярню в Парижі. До 1675 р. тільки у Венеції їх було декілька дюжин, включаючи знамените *Café Florian* на площі Сан-Марко, що функціонує й донині. Перша англійська кав'ярня була відкрита в 1652 р. у Лондоні вихідцем із Вірменії.

Коли в 1683 р. з Відня зняли облогу і турки відступили, якийсь пан (за деякими відомостями – Кульчицький), що відіграв важливу роль у порятунку міста, отримав дозвіл відкрити першу в Центральній Європі кав'ярню. Саме у Відні подали першу кружечку кави, підсолоджену медом і трошки розбавлену молоком.

Кав'ярні – попередниці сучасних кафе – скоро стали центрами культурного і літературного життя свого часу і, крім того, відіграли дуже корисну роль – допомогли витверезити весь Європейський континент. Але, незважаючи на це, кав'ярні мали й своїх відвертих противників: жінки їх ненавиділи, оскільки ті, як і більшість громадських закладів, збирали переважно чоловічі компанії.

Зазвичай кава подавалась у чашечці, подібній до піали, але більшого розміру, ніж сучасні чашки для кави. Кав'ярні славились своєю компанійською атмосферою: там можна було приємно посидіти біля теплого каміну із чашкою в руці, смакуючи ароматний напій і обговорюючи з іншими відвідувачами новини дня. Ця традиція не

дуже змінилася з роками, що відділяють нас від «епохи кав'ярень».

*Гостинність на тракті.* У сільській місцевості один постійний двір обслуговував усіх приїжджих, хоча заможні люди, які подорожували у власному екіпажі чи верхи, туди рідко заходили, а бідняків, які мандрували пішки, туди пускали неохоче. У будь-якому випадку чітких соціальних відмінностей в поведінці з клієнтами суворо дотримувались. Багатих обслуговували у їдальні або в їхніх кімнатах, а бідні переважно їли разом із господарем постійного двору та його родиною на кухні. Їм подавали просту їжу без права вибору за мінімальну ціну. Французи називають таке обслуговування *table d'hote* (*табль д'от*), тобто «стіл господаря». Заможні гості могли замовити собі спеціальні страви із наявних у хазяїна продуктів (*a la carte*, як кажуть французи) і заходити на кухню, щоби простежити, чи все готують належним чином. Намагаючись догодити гостеві, власник пропонував якусь місцеву страву, якою славився цей регіон.

### **2.3. Вплив французьких кулінарних традицій на розвиток ресторанної справи у світі**

Французька революція сприяла зміні напрямку розвитку кулінарних смаків людства. Щороку Франція, затамувавши подих, очікує оголошення результатів Мишленівського конкурсу серед тризіркових ресторанів. Нині важко повірити, що заledве більше 200 років тому тільки один ресторан цієї категорії існував у Парижі та й у всій Франції. *Tour d'Argent* (Тур д'Аржан) був відкритий у 1533 р. і упродовж двох століть залишався унікальним закладом.

У 1672 р. хтось із парижан виставив на тротуар декілька мармурових столиків, за якими гості могли б, не поспішаючи, пообідати. Біля входу в заклад з'явився напис латиною: «Прийдіть до мене ті, хто не має апетиту, і я відновлю ваші сили». Перший ресторан у Парижі ознаменував зародження сучасної французької кухні, досвід якої використовують кулінари всього світу.

У 1680 р. в Парижі сицилієць Франческо Прокопіо відкрив перше кафе, де відвідувачам подавали фруктові сиропи, лікери, шоколад і, звичайно, каву. Воно існує донині й оголошене історичною пам'яткою.

*Марсель Буланже*, «батько сучасного ресторану», мав цілодобову таверну на вулиці Баель. Основною стравою був суп, який він називав *restaurantes* (той, що зміцнює, відновлює сили), звідки й походить слово «ресторан». Але Буланже не обмежив свій кулінарний репертуар тільки цією стравою. У 1767 р. він кинув виклик гільдії постачальників провізії, якій належала монополія на м'ясні страви, створивши свій

знаменитий «суп» із баранини у винному соусі. Гільдія подала позов до суду, але Буланже виграв справу і незабаром його ресторан Le Champ d'Oiseau (Ле Шан д'Аузо) відновлював сили багатьом відвідувачам, пропонуючи широкий діапазон смачних, чудово приготованих страв.

Професія ресторатора стала престижною в 1782 р. завдяки кухарю Антуану Бовільє, який першим об'єднав елегантний інтер'єр, розумних та уважних офіціантів, винний погріб і висококласне приготування страв в єдине ціле. Цього ж року на вулиці Ришельє він відкрив перший справжній ресторан La Grand Taverne de Londres (Гранд Таверн де Лондр), а через три роки неподалік від Пале-Рояль – ще один, названий його іменем «Beauvilliers». В ті часи вже існувала багата традиція таверн (в Англії та Греції), тратторій (в Італії), трактирів і кав'ярень, але вони значно відрізнялися від ресторанів, які з'являлись. У Франції ресторани відкривали талановиті кухарі, а їхніми відвідувачами були паризькі журналісти, бізнесмени та інші клієнти. Ресторани «розмножувалися» у великій кількості. Упродовж 20 років тільки в одному Парижі їх постало близько 3000. Мода на ресторани поширювалася по всій Європі і в 1880 р. з'явилися вишукані ресторани в Баден-Бадені, Монте-Карло, Лондоні, Римі. Першими засновниками і керівниками більшості з них були французи («Гранд Отель» в Монако, «Савой» і «Карлтон» у Лондоні).

Отже, саме завдяки французькій революції ідея ресторану дістала поширення по всьому світові, оскільки більшість шеф-кухарів через революційну бурю була розкидана по всій Європі. Багато із них перетнули океан і опинились в Америці, в основному, в Новому Орлеані (єдиному справді французькому місті Нового Світу). Майже всі вони зайнялись ресторанным бізнесом.

Французькі кулінари принесли з собою і французькі кулінарні традиції. Невдовзі прості, калорійні «диннери» і примітивну їжу американців облагородили пікантні соуси і почали витісняти гарячі м'ясні страви у горщиках – *pots au feu* (пот-о-фе). Інші країни також відчували на собі ефект французького кулінарного мистецтва і більшість прийняла деякі його принципи. Винятком були італійці, які є нащадками великих кулінарних традицій і вважають (і мають рацію), що французька кухня походить від італійської.

Не можна стверджувати, що французька кухня сприймалася беззаперечно Великобританією та США. Французькі страви за всіма якостями були кращими від англійських, і англійські кухарі, природно,

почували загрозу для себе і почали активно проявляти шовінізм, ставши грудьми на захист традицій національної кулінарії. В США, де не було аналогічних традицій, пуритани вчинили ще простіше, оголосивши французьку кухню гріховною.

За час свого п'ятирічного перебування у Франції на посаді посла Томас Джефферсон звик до французької кухні. Ставши президентом у 1784 р., він запросив до Білого Дому французького шеф-кухаря і щедро оплачував його послуги. Цей приклад стимулював інтерес до французької кухні і змусив американських власників таверн урізноманітнювати страви, більше піклуватися про їхню якість. Саме тоді ж у США з'явилося багато емігрантів-кухарів, більшість із яких прямувала до Нового Орлеану. Одним із найзнаменитіших ново-орлеанських ресторанів досі залишається *Court of the Two Sisters* (*Подвір'я двох сестер*), на стінах якого були написані імена американців, що потрапили в полон під час різних воєн, в яких брала участь Америка.

#### 2.4. Розквіт ресторанного бізнесу в XIX ст.

До 1800 р. англійці почали переймати у своїх французьких сусідів їхню концепцію ресторану. Англійський ресторан був величним закладом – світом високої кухні, вишуканого декору та висококласного сервісу, який могли собі дозволити не всі охочі.

Ресторани в Європі продовжувати процвітати. У 1856 р. *Антонен Карем* опублікував *La Cuisine Classique* та інші книги, де описувалась більшість страв і соусів до них. У багатих ресторанах відвідувачам подавали перелік (*a carte*) всього, що пропонувала кухня. Розпочиналась епоха меню «*a la carte*» (*а ля карт*).

У 1898 р. у Лондоні відкрився готель «*Савой*», управляючим у якому був відомий **Цезар Рітц** (нині готелі Рітц-Карлтон названі його іменем), а шеф-кухарем – **Огюст Ескоф'є**. Ці люди здійснили справжню революцію в організації ресторанів при готелях. У престижних ресторанах Західного світу, де раніше збиралися виключно чоловічі компанії, почали зустрічатися й жінки. Знаменитий Цезар Рітц перетворив обіди у лондонському «Савой» на незмінний атрибут світського життя для представників обох статей.

Американці завжди відрізнялися умінням задовольняти запити кожного. До 1848 р. у Нью-Йорку вже існувала своєрідна ієрархія точок громадського харчування. Найнижче у цій піраміді стояли «шестипенсові обжираловки» Даніеля Суні на Енн-стріт, якого

називали «батьком брудних ложок». Сходинкою вище були заклади Брауна, де відвідувачам подавали меню, в якому відмітки на полях чесно попереджали про ціну на всі кулінарні «надмірності», а офіціанти час від часу наближались до столиків настільки близько, щоб почути їхні прохання.

Знамениті заклади **Дельмоніко** очолювали рейтинг американських ресторанів. Упродовж тривалого часу вони залишались єдиними дорогими і цілком аристократичними ресторанами Сполучених Штатів. Відтоді, як сім'я Дельмоніко відкрила своє перше кафе і кондитерську на Вільям-стріт, до прощальної вечері (вони зачинались через Сухий закон), це ім'я було синонімом вишуканої кухні і бездоганного обслуговування – два критерії, за якими оцінювались усі заклади такого стибу.

Швейцарсько-французька кухня ресторанів Дельмоніко задавала тон усій американській гастрономії, тобто мистецтву кулінарії. Один із власників, Джон Дельмоніко, запровадив ще одне корисне нововведення – заплатив \$100 за переклад меню англійською мовою. Так з'явилося двомовне меню, в якому назви страв французькою та англійською мовами були розташовані одна напроти одної. Ця традиція прижилась і з часом набула значного поширення. Ресторани Дельмоніко змінили багато звичок, притаманних американцям за столом.

До 1852 р. кожен першокласний готель мав свого французького кухаря. Хоча американці й не схвалювали «примхливу» французьку кухню з її суфле та соусами, але як постійні відвідувачі цих ресторанів вони не зізнавалися в цьому. Сучасний готель хоча й вважається суто американським витвором, європейці також причетні до цього. Прикладом може бути т.зв. *європейський план* організації оплати за готельні послуги, згідно з яким гості платять не за кімнату + харчування, а тільки за кімнату, щоби мати можливість замовляти страви *a la carte* в ресторані готелю і харчуватися там, де їм більше подобається.

У 1876 р. **Фред Харвей** відкрив свій перший ресторан в приміщенні вокзалу м. Топіка (столиця Канзасу), що вирізнявся з-поміж інших таких ресторанів смачною їжею, чистими скатертинами і ввічливим обслуговуванням. Тоді ж у м. Флоренс (штат Канзас) Харвей відкрив свій перший готель. За період 1880-1890 рр. через кожні 100 миль уздовж дороги будувалися нові й нові «Будинки Харвея». Вони славилися не тільки нормальними умовами проживання, смачними обідами із семи страв і ввічливими офіціантами, але й знаменитими дівчатами Харвея.

У XIX ст. були винайдені способи зберігання їжі шляхом консервування та вакуумної упаковки, що дозволило готувати будь-які кулінарні делікатеси незалежно від сезону. До цього винаходу причетний сам Наполеон I, що сплатив у 1809 р. Ніколя Апперту винагороду в 12000 франків (майже 1/4 мільйона доларів за сучасним курсом) за пропонування ним спосіб зберігання харчових продуктів від псування, стерилізуючи їх у щільно закритих скляних банках.

Перші буфети також з'явилися за Наполеона Бонапарта, який не любив довгих трапез і застольних ритуалів. За його вказівкою розміщення страв підпорядковувалося правилу бездоганної симетрії так, що один бік столу відображав інший, як у дзеркалі. У цій симетрії – велич епохи. Щодо класифікації соусів, то порівняно із попередньою епохою кількість їх різновидів помітно зростає. В «Кулінарному мистецтві XIX ст.» (1830 р.) згадується 210 різновидів соусів, тоді як у «Мистецтві кухні» (1814 р.) – було тільки 65. Зрозуміло, що виникла потреба запровадження нової їхньої класифікації.

У XIX ст. була винайдена фруктована газувана вода з морозивом, і по всій Америці почали відкривати т. зв. кафе-морозиво, столи яких прикрашали великі мармурові ящики із апаратом для виробництва газованої води.

За XIX ст. в індустрії гостинності з'явилось більше нововведень, ніж за всю попередню історію.

## **2.5. Розвиток мереж закладів харчування в XX ст.**

У 1927 р. Маріот відкрив свою першу закусоchnу *Marriott's Hot Shoppe and root beer*, де обслуговувалися ті, хто проїжджав повз, навіть не виходячи з машини. Приблизно в цей же час на трасах Америки відкрилося багато закладів, які отримали назву «*драйв-ін*» (drive in – заїжджай у двір) і стали невід'ємною часткою американського способу життя та одним із улюблених місць для спілкування.

У 1925 р. у Волластоні (штат Массачусетс) відкрився ресторан *Howard Johnson's* – ще один символ громадського харчування по-американськи.

У 1959 р. в Америці відкрився перший елегантний ресторан, який не повторював французькі зразки, – *Four Seasons* (Чотири пори року). Він відрізнявся від інших своїм сезонним меню (про це свідчить і його назва), сучасною архітектурою і внутрішнім інтер'єром, що втілював тему мистецтва. Його проєктувальник розумів, для чого люди ходять до ресторану: не тільки поїсти, але й поспілкуватися один з одним.

Розумний ресторатор уміє адаптуватися. Вміння швидко реагувати на мінливі умови ринку завжди було джерелом до успіху і в цьому бізнесі. Наочний приклад цього – дії власника компанії Дельмоніко: під час спаду ділової активності в 30-ті рр. ХХ ст. він спеціалізувався на приготуванні сніданків; пізніше – постачав на Уолт-Стріт готові сніданки й обіди, а коли на фірмах відбувалися якісь вечірні заходи, – то й вечері; подбав і про те, що люди харчуються у вихідні дні, коли на Уолт-Стріт спокійно, – і організував приготування їжі для вік-енду; весільні заходи не zostалися поза його увагою; подумав він і про групи туристів, що прямували на острів Еліса, і створив всі умови для того, щоб вони, мандруючи, могли зупинитися у нього на перекус.

Саме на середину-кінець ХХ століття припадає пік розвитку закладів швидкого харчування (див. § 1.5) за франчайзинговою системою: McDonald's, Burger King, Subway, Starbucks, KFC, Pizza Hut, Domino's Pizza, Dunkin Donuts та ін.

## **2.6. Сучасні тенденції в розвитку ресторанного господарства**

В останні десятиліття в розвитку закладів ресторанного господарства окреслилися такі тенденції:

- формування нових напрямів сучасної кулінарії;
- поглиблення спеціалізації ресторанів;
- створення міжнародних ресторанних ланцюгів;
- удосконалення форм праці та впровадження досягнень науково-технічного прогресу.

Новими напрямками сучасної кулінарії є **ф'южн** і молекулярна кулінарія. У перекладі з англійської мови «ф'южн» означає «злиття, сплав». У кулінарії напряму гармонійно поєднуються смаки, стилі, традиції Сходу і Заходу, старого і нового; екзотичні інгредієнти вміло замінюються місцевими продуктами, а чужі кулінарні традиції адаптуються до звичних місцевих смаків. Часто за стиль ф'южн приймають або видають навмисне включення до складу страви непоєднуваних інгредієнтів, наприклад, пельмені з горіхами або м'ясо, замариноване в міцній каві. При приготуванні страв за рецептами ф'южн не можна використовувати, наприклад, майонез. Його замінюють різноманітними оліями: кукурудзяною, соняшниковою, оливковою. Також активно використовують різноманітні прянощі: кінзу, м'яту, базилік, корицю, цедру апельсина або лимона. Батьківщина цього напрямку – США. Сьогодні кухня в стилі ф'южн поширена у всьому світі.

Засновником **молекулярної кулінарії** вважають професора фізики Оксфордського університету Ерве Тіса, який на початку 90-х років ХХ ст. запропонував незвичне поєднання хімії та кулінарії. Він склав молекулярні формули всіх французьких соусів.

Найвідомішим практиком і популяризатором молекулярної кухні став шеф-кухар Хестон Блюменталь – засновник і власник одного з найкращих ресторанів світу The Fat Duck («Масна качка») у Великій Британії. Серед послідовників нового вчення й такі відомі кухарі, як Ферран Адрія (ресторан El Bulli, Іспанія), П'єр Ганьєр (ресторан Pierre Gagnaire, Франція), Мішель Брас (ресторан Michel Bras, Франція) і Анатолій Комм (ресторан Anatoly Komm, Росія).

Сутність молекулярної кулінарії полягає в тому, що в процесі приготування використовуються новітні технології і досягнення молекулярної хімії, що дозволяє отримати страви незвичної консистенції та оригінальних смакових якостей. Головні прийоми цієї кухні: обробка продуктів рідким азотом, емульсифікація (змішування нерозчинних речовин), сферифікація (створення рідких сфер), желювання, карбонізація або збагачення вуглекислотою, вакуумна дистиляція. Особливістю молекулярної кулінарії є те, що завдяки їй можна суттєво розширити смакові якості продукту.

Останніми роками в ресторанному бізнесі формується новий напрям – **демократичні ресторани**, – який поєднує в собі «швидкі» технології фаст-фуду і якість національної (або змішаної) кухні, що потребують індивідуального підходу.

«Фрі-фло», або *free flow*, означає «вільний рух». Стосовно підприємств ресторанного господарства – це вільний рух як відвідувачів, так і їжі. Ознаки таких підприємств – приготування страв у присутності гостей, відсутність офіціантів, відкрита кухня, багатий асортимент. Сутність концепції «фрі-фло» полягає в максимальній демократичності стосунків з гостями. Вона дає можливість відвідувачам самостійно обрати місце, комфортно розміститися, почуватися невимушено. Все це забезпечується поєднанням «відокремлених островів»: кавового, пивного, лінії гарячих страв, а також системи самообслуговування з обслуговуванням офіціантами. Звичайно ж, «швидкий» обід у кілька разів дешевший за ресторанний, однак популярність закладу визначається його атмосферою та якістю продукції.

Як свідчить світова практика, демократичні ресторани – доволі динамічний сегмент ресторанного ринку. Основні споживачі таких



підприємств – люди середнього класу. З одного боку, в розвинених країнах споживання їжі переноситься в ресторани через брак вільного часу, з іншого – завдяки новим технологіям і високій конкуренції демократичні підприємства стають доступними дедалі більшій кількості людей.

Серед звичайних закладів ресторанного господарства є й такі, що привертають увагу своєю оригінальністю. Так, на Мальдівських островах є маленький ресторанчик, в якому одночасно можуть розміститися всього лише 14 осіб. Оригінальність його в тому, що він розташований на глибині 5 метрів, а його стіни і стеля виконані з прозорого матеріалу. Ресторан у Дубаї розмістили в капсулі, що піднімається на висоту 50 метрів, він розрахований на 22 відвідувачів, яких обслуговують 6 офіціантів. З метою безпеки відвідувачі пристебнуті до столу і крісла-раковини. На Тайвані є ресторан, де всі елементи інтер'єру виконані у формі унітаза, дизайн страв і посуду також відповідають цій тематиці. Відвідувачам одного з новозеландських ресторанів пропонують посидіти на секвої висотою 60 метрів.

В Україні чимало ресторанів і кафе, які радують відвідувачів не лише гарною кухнею, а й цікавими інтер'єрами. Але безумовним лідером за кількістю та, мабуть, і за якістю концептуальних закладів ресторанного господарства є Львів, де чимало нових ресторанів незвичних форматів, запорука успіху яких – проривна ідея з чітким бізнес-планом. Підприємства вже через місяць після відкриття повинні давати прибуток. Прикладом таких закладів є «Криївка», реберна «Під Арсеналом», «П'яна вишня», Галицька жидівська кнайпа «Під золотою розою», «Гасова лямп», «Мазох-кафе», «Старий трамвай» та ін. Для останнього спеціально викупили призначену для брукху колісну базу старого трамвая, за старими світлинами відновили і збудували вагончик. Ідейно «Криївка» пов'язана з історією УПА, а «Мазох-кафе» – з еротичною тематикою. Кожен заклад харчування своєю незвичайною концепцією приваблює не стільки мешканців міста, скільки туристів, для яких навіть створюються спеціальні гастротури по тематичних кнайпах Львова.

*Ресторанний дворик*, або *фуд-корт* (від англ. *food court*), – зона харчування у торговому центрі, готелі, аеропорті, на вокзалі або, в деяких випадках, окремій будівлі, де відвідувачам пропонують послуги відразу кілька підприємств харчування, що мають загальний зал для харчування. У деяких університетах і школах ресторанны дворики можуть доповнювати або замінити традиційні кафетерії.

Перший успішний ресторанный дворик відкрився ще в березні 1974 року в торговому центрі Парамус-Парк у Нью-Джерсі (США). Принцип роботи таких закладів полягає в тому, що відвідувач замовляє їжу і напої в одному з розташованих в приміщенні підприємств харчування та самостійно відносить замовлення в загальний зал. Деякі підприємства харчування можуть пропонувати послуги офіціантів. У типових північноамериканських і європейських ресторанных двориках розташовані мережі швидкого харчування, такі як McDonald's і Sbarro, також можлива наявність кількох дрібних приватних підприємств. Вибір пропонованої кухні різний, у більших ресторанных двориках можна зустріти абсолютно різні підприємства харчування: від великих мережевих до дрібних підприємств, що пропонують традиційну або національну кухню. У багатьох ресторанных двориках існує декілька відділів, які продають готові страви для покупців «на виніс».

Існування ресторанных двориків зумовлене, насамперед, економічністю і можливістю відвідувача вибрати різну їжу при відвідуванні одного і того ж місця, що привертає велику кількість постійних клієнтів. Економічність ресторанных двориків також забезпечується використанням одноразового посуду, дешевими й простими в догляді меблями для полегшення чищення і зменшення витрат на експлуатацію залу.

Як правило, ресторани досягають популярності за рахунок своєї кухні. Кулінарія сама по собі – чудова реклама. Національні кухні приховують практично необмежені можливості. Тому із кожним роком дедалі більше ресторанів залучають до своїх меню страви різних народів.

### **Запитання та завдання для самоперевірки**

1. *Охарактеризуйте етап зародження ресторанної справи.*
2. *Назвіть основні риси організації харчування в епоху Середньовіччя. Розкрийте історію поширення кави в Європі.*
3. *Чому кав'ярні вважалися «грошовими університетами»?*
4. *Яка була роль кав'ярень у житті європейського суспільства?*
5. *Як харчувалися подорожуючі на тракті? Розкрийте відмінності між обслуговуванням різних верств населення в постійних дворах.*
6. *Висвітліть історію розвитку закладів ресторанного господарства у Франції.*
7. *Кого і за які заслуги вважають «батьком сучасного ресторану»?*
8. *Які традиції принесли французькі кухарі в американську кухню?*
9. *Охарактеризуйте період розквіту ресторанного бізнесу в Америці в XIX ст.*
10. *Опишіть «класифікацію» закладів харчування в Америці в XIX ст.*
11. *В чому сутність «європейського плану» оплати за готельні послуги?*

12. Розкрийте внесок Фреда Харвея в розвиток ресторанного бізнесу вздовж трас.
13. Назвіть нововведення, запроваджені в XIX ст. в індустрії гостинності.
14. Розкрийте роль Наполеона Бонапарта у ресторанному бізнесі XIX ст.
15. Охарактеризуйте розвиток мереж закладів харчування в XX ст.
16. Розкажіть про вміння адаптуватися в ресторанному бізнесі на прикладі власника компанії Дельмоніко.
17. Висвітліть сучасні тенденції розвитку ресторанного господарства.
18. Яка сутність наряду сучасної кулінарії «ф'южн»?
19. Розкрийте особливості молекулярної кулінарії.
20. Охарактеризуйте принципи роботи демократичних ресторанів.
21. Що таке «фрі-фло»? Назвіть основні ознаки таких підприємств.
22. Для чого створюються концептуальні заклади харчування? Наведіть найуспішніші приклади в Україні.
23. Висвітліть сутність створення та причини успіху фуд-кортів.

### Тести для самоконтролю

1. Кому належала ідея першого в історії «ленчу ділової людини»?
  - а) Апіцію;
  - б) Шремлі;
  - в) Ескулапові;
  - г) Куліні;
  - д) Секвію Локату;
  - е) Аристотелю.
2. За часів правління імператора Адріана римські шеф-кухарі на Палатинському пагорбі заснували \_\_\_\_\_.
  - а) Інститут кулінарії;
  - б) Академію кулінарного мистецтва;
  - в) Кулінарний клуб;
  - г) Палац кулінарного мистецтва.
3. Хто привчив французький королівський двір користуватися виделками?
  - а) Людовик XV;
  - б) Папа Павло I;
  - в) Катерина Медічі;
  - г) Катерина II;
  - д) Клемент VII;
  - е) Наполеон Бонапарт I.
4. Хто і коли дозволив вживати каву в Європі?
  - а) Катерина Медічі, XVI ст.;
  - б) пастух Калді, XV ст.;
  - в) римський папа Клемент VIII, кінець XVI ст.;
  - г) Папа Римський Іоанн Павло II, кінець XX ст.;
  - д) Едвард Лойд, XIX ст.;
  - е) Франческо Прокопіо, XVII ст.
5. Коли і де була відкрита перша європейська кав'ярня?
  - а) у 1637 р. в Англії;
  - б) у 1737 р. у Франції;
  - в) у 1837 р. в Іспанії;
  - г) у 1937 р. в США;
  - д) у 1537 р. в Італії.
6. Яка кав'ярня, відкрита ще у 1675 р. у Венеції, функціонує до сьогодні?
  - а) Tour d'Argent;
  - б) Le Champ d'Oiseau;
  - в) La Grand Taverne de Londres;
  - г) Café Florian;
  - д) Court of the Two Sisters.

7. Який тризірковий ресторан був відкритий у 1533 р. у Парижі і упродовж двох століть залишався унікальним?

- а) Tour d'Argent;
- б) Le Champ d'Oiseau;
- в) La Grand Taverne de Londres;
- г) Café Florian;
- д) Court of the Two Sisters.

8. Кого вважають «батьком сучасного ресторану»?

- а) Франческо Прокопіо;
- б) Секвія Локата;
- в) М. Буланже;
- г) Томаса Джеферсона;
- д) Фреда Харвея;
- е) Цезаря Рітца.

9. Які події стали поштовхом для розвитку ресторанного бізнесу в усьому світі?

- а) створення ресторану Ле Шан д'Аузо;
- б) відкриття ресторану Тур д'Аржан, 1533 р.;
- в) французька революція;
- г) відкриття першої кав'ярні;
- д) відкриття першого ресторану.

10. Хто був шеф-кухарем у славнозвісному готелі «Савой» (управляючим був Цезар Рітц) і здійснив революцію в організації ресторанів при готелях?

- а) Франческо Прокопіо;
- б) Секвії Локат;
- в) Даніель Суніні;
- г) Огюст Ескоф'є;
- д) М. Буланже;
- е) Джон Дельмоніко.

11. Хто причетний до винаходу способу консервування і вакуумної упаковки?

- а) Апіцій;
- б) Наполеон Бонапарт;
- в) Рей Крок;
- г) Франческо Прокопіо;
- д) М. Буланже;
- е) Цезар Рітц.

12. Ким уперше було запроваджене двомовне меню в ресторанах (французькою та англійською)?

- а) Наполеоном Бонапартом;
- б) Фредом Харвеєм;
- в) Даніелем Суніні;
- г) Огюстом Ескоф'є;
- д) М. Буланже;
- е) Джоном Дельмоніко.

13. Кому належала ідея обслуговувати тих, хто проїжджає повз заклад харчування, навіть не виходячи з авто?

- а) Н. Бонапарту;
- б) Ф. Харвею;
- в) Д. Маріоту;
- г) О. Ескоф'є.

14. Перший американський елегантний ресторан, відкритий у 1959 році, мав назву \_\_\_\_\_.

- а) Four sisters;
- б) Four Way;
- в) Four Seasons;
- г) Four Roads.

15. Пік розвитку закладів швидкого харчування за франчайзинговою системою припадає на \_\_\_\_\_.

- а) сер. XIX ст.;
- б) кін. XIX ст.;
- в) поч. XX ст.;
- г) сер.-кін. XX ст.

16. У кулінарії ЯКОГО напряму гармонійно поєднуються смаки, стилі, традиції Сходу і Заходу, старого і нового?

- а) в молекулярній;
- б) ф'южн;
- в) фрі-фло;
- г) фаст-фуд.

17. При приготуванні страв за рецептами ф'южн не можна використовувати \_\_\_\_\_.

- а) тваринну їжу; б) рослинну їжу; в) олію; г) майонез.

18. Найвідомішим практиком і популяризатором молекулярної кухні став засновник і власник одного з найкращих ресторанів світу The Fat Duck («Масна качка») у Великій Британії ...

- а) Хестон Блюменталь; б) П'єр Рішар;  
в) Микола Тищенко; г) Огюст Ескоф'є.

19. Приготування страв у присутності гостей, відсутність офіціантів, відкрита кухня, багатий асортимент страв – це ознаки підприємств ресторанного господарства концепції \_\_\_\_\_.

- а) fast food; б) free flow; в) free line; г) fresh food.

20. Зона харчування у торговому центрі, готелі, аеропорті, на вокзалі або окремій будівлі, де відвідувачам пропонують послуги відразу кілька підприємств харчування, що мають загальний зал для харчування, – це \_\_\_\_\_.

- а) fast food; б) free flow; в) free line; г) fresh food; д) food court.

### ТЕМА 3. ФОРМУВАННЯ ВНУТРІШНЬОГО ПРОСТОРУ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

3.1. Вимоги до матеріально-технічної бази для організації обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства.

3.2. Характеристика приміщень для споживачів.

3.3. Виробничі та підсобні приміщення.

3.4. Обладнання і меблі для торгових приміщень.

#### 3.1. Вимоги до матеріально-технічної бази для організації обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства

Для організації обслуговування споживачів у будь-якому закладі ресторанного господарства необхідна відповідна **матеріально-технічна база**, яка охоплює приміщення, де здійснюється процес обслуговування, устаткування, засоби і предмети праці, які застосовуються в процесі обслуговування.

Усі приміщення закладів ресторанного господарства можна поділити на *такі, де процес обслуговування здійснюється безпосередньо* (зали, аванзали, банкетні зали, тераси, балкони тощо), та *приміщення, які непрямо впливають на процес обслуговування*, але без них заклади ресторанного господарства не можуть функціонувати достатньо ефективно і на високому якісному рівні обслуговувати споживачів (вестибюлі, гардеробні й туалетні кімнати, умивальники для відвідувачів, кімната для паління, загальна вітальня (для готельних комплексів), білизняна, сервізна, мийна столового посуду, касовий зал

(за його наявності), кімната для прасування (якщо заклад не користується загальноміськими пральнями), приміщення для офіціантів, для зберігання музичних інструментів та іншого реквізиту тощо). До кожної групи приміщень висуваються певні вимоги відповідно до будівельних та санітарних норм і правил щодо створення комфортних умов відпочинку споживачів і споживання продуктів ресторанного господарства.

**Устаткування**, за допомогою якого здійснюється обслуговування споживачів, дуже різноманітне і виконує різні функції:

- до *торгово-технологічного та холодильного* належать: лінії прилавоків самообслуговування, окремі прилавки для короткочасного зберігання та демонстрування страв і виробів у залі закладу (так звані "Майстер-класи"), барні стійки, охолоджувані вітрини, прилавки, шафи, буфетні стійки та пересувні буфети різної форми (нейтральні, з підігрівом, охолодженням, комбіновані, вітринного типу та пристінні тощо), касети з підігрівом для посуду, візок для фламбування страв, демонстраційні багатоярусні вітрини з підсвітленням карусельного типу, «шведські лінії», настільні вітрини з підігрівом, з охолодженням, настільні салат-бари, буфет-бари тощо;

- до *немеханічного устаткування* залів можна віднести меблі для транспортування, відпускання, прийому їжі, зберігання посуду та столової білизни в залі та поза його межами.

Процес обслуговування споживачів підприємств ресторанного господарства неможливий без застосування різноманітних **засобів і предметів праці**, до яких належить торговий, технологічний, господарський інвентар, столовий посуд і набори, білизна, тканини, папір та паперові вироби, сировина, продовольчі товари та напої тощо. Їх перелік залежить від багатьох **чинників**, головними з яких є: тип закладу, місце його розташування, клас, спеціалізація, форми та методи обслуговування споживачів, асортимент страв, напоїв тощо.

### 3.2. Характеристика приміщень для споживачів

До приміщень для споживачів у закладах ресторанного господарства належать вестибюльна група, зали, підсобні приміщення.

До **вестибюльної групи приміщень** належать вестибюль, гардероб, туалетні кімнати та умивальники для споживачів, кімната для паління. Якщо ресторани розташовані у готелях чи готельних комплексах, то до цієї групи також входять загальна вітальня, бюро обслуговування, кіоски. Окреме місце займає аванзал (зал очікування) в ресторанах.

**Зали** – це приміщення, де безпосередньо відбувається процес обслуговування споживачів. Вони поділяються на: *основний зал*, в якому здійснюється повсякденне традиційне обслуговування, *банкетний* – призначений для обслуговування свят та інших урочистостей, *аванзал* – для збору, очікування й відпочинку гостей. Зали також можуть розташовуватися на терасах, балконах, у холах тощо.

До **підсобних приміщень** належать:

- *касовий зал* (за наявності),
- *сервізна*,
- *мийна столового посуду*,
- *білизняна*,
- *кімната для прасування столової білизни*,
- *приміщення для офіціантів*,
- *приміщення для зберігання музичних інструментів та інших аксесуарів*.

З'єднувальною ланкою між торговими приміщеннями і виробництвом є *роздавальня*. На підприємстві самообслуговування вона виноситься в зал, а там, де застосовується обслуговування офіціантами, – розташована у безпосередній близькості до залу, об'єднуючи робочі місця роздавальників, буфетників, сервізників тощо.

Від типу і класу закладу харчування та кількості місць у ньому залежать *площі приміщень*. Знаючи норматив площі на одне місце в залах, розраховують необхідний розмір площі (в м<sup>2</sup>): в їдальнях і ресторанах – це 1,7-1,8; в кафе – 1,2-1,7; в закусточних загального типу – 1,6; в спеціалізованих закладах (пиріжкових, шашличних, чебуречних, піцеріях, сосисочних, пельменних тощо) – 1,4-1,6; в пивних барах (пабах) – 1,4. До норми площі ресторанів включена площа для естради, танцювального майданчика, банкетних залів.

**Вестибюль** – приміщення, в якому починається обслуговування клієнтів, тому він повинен бути просторим. Площа його має складати 1/4 від величини залу, тобто 0,3-0,45 м<sup>2</sup> на одне місце. Залежно від цього вестибюлі бувають: *малими* (не більше 50 м<sup>2</sup>, якщо ресторан на 50 місць); *великими* (100 м<sup>2</sup> та більше, місткість закладу – 400-600 місць); *аванзал* (перед входом до головного залу ресторану).

Облаштовують вестибюль дзеркалами, картинами, напідложними вазами, вазами чи скульптурами в нішах стін, м'якими меблями (кріслами, напівкріслами, м'якими куточками), журнальними столиками, елементами аквадизайну, в тому числі акваріумами (настінними, напідложними та ін.), фонтанами, міні-басейнами тощо.

Для прийому верхнього одягу від клієнтів та зберігання його на час перебування їх у закладі харчування бажано передбачити **гардероб**, який зазвичай розташовується біля входу у вестибюль. Облаштовують його широким прилавком, під яким розміщені секції-поліці для взуття, сумок, портфелів, які здають клієнти. Гардероби у вестибюлях ресторанів і кафе готельних комплексів розраховуються на обслуговування 70% місць. В інших випадках кількість вішалок для одягу повинна бути на 10% більша від кількості місць у залі. В закладах ресторанного господарства вони можуть встановлюватися безпосередньо в залах, у *закладах швидкого обслуговування взагалі може не бути вішалок*.

**Туалетні кімнати** найчастіше розміщуються поряд із гардеробом. Облаштовують їх електрорушниками або пристроями для паперових рушників, дозатором для рідкого мила або милом у мильниці, має бути підведена гаряча і холодна вода, туалетний папір, індивідуальні серветки для рук та обличчя, озонатори повітря, дезодоранти, щітки та автомат для чищення взуття, нитки, голки, дзеркала тощо. До санітарного стану в туалетних кімнатах висуваються високі вимоги: дотримання чистоти, нормальний стан вентиляції й освітлення.

**Кімната для паління** (якщо в закладі дозволено палити) облаштовується зручними меблями, попільничками на високих ніжках, столами зі стільницею із мармурової крихти або суцільного мармуру. Приміщення забезпечують інтенсивною вентиляцією (видалення повітря з верхньої зони приміщення) та витяжкою на відстані 1,75 м від підлоги. У деяких закладах дозволяється обслуговування споживачів у кімнатах для паління.

**Аванзал** – приміщення для збору та відпочинку гостей – учасників банкетів (урочистостей, свят тощо). Його також використовують для споживачів, які очікують на вільні місця. Облаштовують його кріслами, диванами, журнальними столиками. Для оздоблення приміщення використовують штучні та живі квіти (букети, композиції з квітів у вазах напідложних, у вазонах, кашпо тощо), настінні дзеркала, килими, скульптури, штучні водоспади, картини. Оформлення аванзалу має органічно поєднуватися з декоративним вирішенням інтер'єру закладу і відповідати його тематиці.

**Зали** закладів ресторанного господарства є приміщеннями для обслуговування споживачів і поділяються на *основний* і *банкетний*. Останній використовується для обслуговування святкових заходів, урочистостей, як офіційних, так і неофіційних. У деяких ресторанах у денні години він може бути основним залом, де здійснюється



реалізація скомплектованих видів харчування або денних раціонів (у виняткових випадках).

Зал повинен мати зручний зв'язок з роздавальнею, сервізною, буфетом, мийною столового посуду, касовим залом. Зал ресторану може бути розташований на двох рівнях: на першому поверсі – зал і танцювальний майданчик, на антресолях – зал. В залі інколи облаштовують барні стійки.

Зали закладів ресторанного господарства можуть мати природне та штучне освітлення або тільки штучне. Природне освітлення вважається достатнім, якщо співвідношення площі вікон і підлоги складає 1:6. Світло в інтер'єрі – складна та багаторівнева система, до якої входить *верхнє, бокове, настільне та напідложне освітлення*. Штучне освітлення є одним із найвагоміших елементів інтер'єру. В сучасних умовах створюються зали зі штучним освітленням, що відповідає концепції закладу. Залежно від призначення та композиційних засобів розміщення світильників розрізняють системи загального, місцевого (локального, спрямованого), індивідуального та змішаного освітлення.

*Загальне освітлення* – система світильників, розміщених під стелею або на стінах, які рівномірно освітлюють усе приміщення.

*Локальне (спрямоване) освітлення* – система освітлення окремих столів, ділянок залу, умовно обмежених або виділених зон, а також елементів устаткування та декоративного оформлення.

*Індивідуальне освітлення* – дозволяє виділити естраду або зону для танців. Тут передбачають кольоромузику, підсвітлення фрагментів поверхонь стін, підлоги, декоративних та інших прикрас залу.

*Змішане освітлення* – це поєднання загального та локального освітлення. Зал освітлюється загальним світлом, а окремі ділянки або елементи його виділяються додатковим спрямованим пучком світла.

Дуже важливе вирішення *вечірнього освітлення*: в залах із високою стелею вішають легкі люстри, при низьких стелях використовують витончені плафони. Додатково до них на стінах розміщують настінні світильники – бра, а на столах біля стін – настільні лампи з абажурами чи іншої форми, біля столів торшери – напідложні світильники. Поширене використання «живого вогню» – свічок різноманітних розмірів і форм з ароматизаторами або без них, каміна тощо.

Температурний режим має бути в межах 16-18°C, відносна вологість – 60-65%. У ресторанах необхідна притічно-витяжна вентиляція. Якщо це великий ресторан, то системи витяжної вентиляції у залах, на виробництві, мийних, роздавальні мають бути окремими.

### 3.3. Виробничі та підсобні приміщення

З'єднувальною ланкою між виробництвом і залом є *роздавальня*, яка у ресторанах безпосередньо пов'язана з гарячим і холодним цехами, буфетами, сервізною, мийною столового посуду, приміщенням для нарізання хліба.

Ширина роздавальні при односторонньому розташуванні цих приміщень повинна становити не менше 2 м, при двосторонньому – 3 м. Фронт видавання страв у роздавальні для гарячих цехів – 0,025 м, для холодних – 0,01 м на одне місце в залі. Робоче місце роздавальника холодних страв і закусок може бути обладнане прилавком з охолодженням і ємностями, що також охолоджуються і призначені для зберігання різних компонентів, які використовуються при порціонуванні й оформленні страв.

Робоче місце роздавальника гарячих закусок, перших і других страв обладнують прилавком, в якому може підігріватися посуд, а також мармітом для короткочасного зберігання страв.

У невеликих закладах для приготування і відпускання гарячих напоїв у гарячому цеху передбачене окреме робоче місце, що межує з роздавальнею. Це може бути кавовий буфет або стійка в барі, через яку разом із іншими напоями відпускають і гарячі (каву, чай тощо).

У великих закладах ресторанного господарства передбачений цех для приготування десертів, який також має роздавальний прилавок.

На підприємствах із самообслуговуванням можуть використовуватися немеханізовані та механізовані роздавальні лінії. Перші, як правило, використовуються для відпускання страв вільного вибору, другі – для скомплектованих раціонів харчування.

Роздавальні, оснащені прилавками самообслуговування, мають охолоджувальні прилавки-вітрини для демонстрації, короткочасного зберігання і відпускання холодних страв та закусок, солодких страв, холодних напоїв, кисломолочних продуктів; марміти для перших і других страв, прилавок з термостатами (самоварами) для гарячих напоїв, прилавки з касетами і підігрівом тарілок для перших і других страв, чашок для гарячих напоїв, касову кабінку з касовим апаратом (рис. 3.1.).

Роздавальне обладнання може розміщуватися острівним способом (рис. 3.2.). До його складу входить обладнання для таць, столових наборів, хліба (булочок); прилавок для зберігання холодних страв і холодних солодких страв і напоїв; прилавок для зберігання або приготування нескладних гарячих страв.

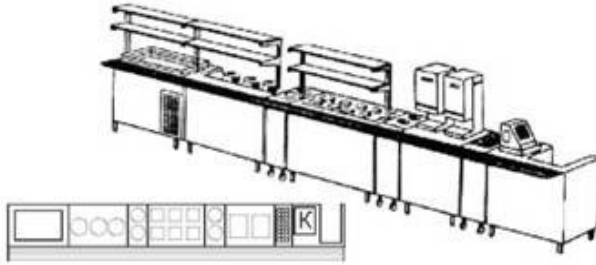


Рис. 3.1. Лінія прилавоків самообслуговування

Споживачі заходять із холу на територію роздавальні, де переміщуються між прилавками-вітринами і мармітами, обираючи ті чи інші страви, завдяки чому вони практично не стоять у черзі. Зі стравами на таці вони підходять до однієї з кас і розраховуються. Отже, використання роздавальні вільного руху створює комфортні умови для споживачів і сприяє підвищенню ефективності та якості їх обслуговування. Це дозволяє досягти вищої пропускної спроможності, ніж на інших немеханізованих роздавальнях.

Роздавальні, оснащені механізованими лініями, поділяються на лінії безперервної та періодичної дії. Відмітною їх особливістю є те, що обіди (сніданки, вечері) комплектують на конвеєрі, уздовж якого розміщені пересувні марміти для гарячих страв і візки для інших страв, таць і столових наборів.

На роздавальних лініях *безперервної дії* комплектувальники послідовно ставлять на тацю, що рухається на конвеєрі, страви, напої, хліб, серветки, столові набори. Комплексні обіди в кінці конвеєра забирають споживачі. На роздавальній лінії *періодичної дії* обіди комплектують так, як описано вище, але їх ставлять у секції накопичувачів, в яких створені умови для підігрівання гарячих страв. Споживачі періодично розбирають скомплектовані обіди і йдуть до залу, кількість місць в якому відповідає потужності роздавальної лінії.

Наступні потоки споживачів можуть скористатися послугами роздавальні після того, як попередній потік залишить зал і комплектувальники заповнять обідами накопичувач роздавальної лінії.

Механізовані роздавальні лінії доцільно використовувати при інтенсивних потоках споживачів. При цьому збирання використаного посуду здійснюється за допомогою конвеєра: таць з посудом споживачі ставлять на конвеєр, який розміщується біля стіни та з'єднує зал із посудомийною.

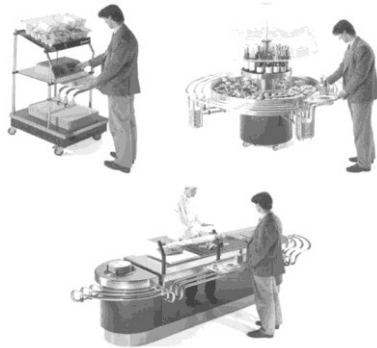


Рис. 3.2. Роздавальне обладнання, яке розміщується острівним способом

В більшості закладів ресторанного господарства збирання використаного посуду здійснюють працівники залу на тацю або спеціальний візок. На підприємствах швидкого обслуговування в основному використовують одноразовий посуд, тому споживачі після завершення споживання їжі відносять його до сміттєзбірника, а тацю ставлять на підсобний стіл, розміщений поряд.

У закладах ресторанного господарства для обслуговування споживачів використовують **буфети**. У закладах із обслуговуванням офіціантами вони, як правило, розміщуються у виробничій зоні, у закладах із самообслуговуванням, на транспорті – у торговому залі. У ресторані буфети поділяються на основний, кавовий, буфет-хліборізку.

**Мийна столового посуду** в закладах самообслуговування розміщена поряд із залом. Використаний посуд доставляється в мийну на візках для збирання посуду або конвеєром, на який споживачі ставлять таці з посудом. У ресторанах мийна столового посуду розміщена поряд із роздавальнею. Місця збирання посуду оснащені спеціальними столами з лійкоподібним отвором для скидання відходів у спеціальні баки. Посуд очищують від залишків їжі щітками або дерев'яними лопатками.

Для механізації процесу миття посуду використовують посудомийні машини. Незалежно від їх наявності чи відсутності у мийній встановлюють п'ять ванн: три – для миття столового посуду і столових наборів та дві – для скляного.

У першій трисекційній ванні посуд миють з використанням миючих засобів, у другій – дезінфікують 1%-ним розчином хлорного вапна, у третій – споліскують. Температура води повинна становити, відповідно, 45-50°C; 50-55°C і не нижче 70°C.

Наприкінці дня весь посуд і столові набори миють, сушать і здають до сервізної, де його ставлять на полиці шаф, сервантів тощо; щітки, мочалки ретельно промивають, а перед початком роботи – дезінфікують.

У їдальнях, кафе із самообслуговуванням столовий посуд і набори зберігають у мийній столового посуду в шафах, у тому числі підвісних.

**Сервізну** розміщують поряд із мийною столового посуду. Столові набори за видами зберігають у ящиках сервантів, а столовий посуд ставлять на визначені місця так, щоб його можна було легко взяти (наприклад, ручки кавників, чайників, чашок мають бути звернені назовні). Порцеляновий, скляний і металевий посуд зберігають окремо. На початку робочого дня столовий посуд та набори полірують, після чого офіціанти отримують їх для сервірування столів.

У сервізній передбачені шафи, стелажі, підвісні штанги для зберігання скатертин та іншої столової білизни. У великих ресторанах для цього може бути спеціальне приміщення, яке передбачає також прасування (за необхідності).

**Касовий зал** у ресторанах – це приміщення перед роздавальнею, біля буфету або поряд із роздавальнею для розміщення контрольно-касових машин. Якщо заклади харчування оснащені комп'ютерною системою, наприклад «Ресторан+», «D2 restaurant», «R-Keeper», яка здійснює повний цикл розрахунково-облікових операцій, то касовий зал не виділяється, а організуються певні робочі місця в торговому залі.

У **приміщенні для офіціантів** створюють умови для їх відпочинку, споживання їжі, особистої підготовки до роботи. Його обладнують шафами для зберігання одягу, столами, стільцями, кріслами, дзеркалами.

**Приміщення для музичних інструментів**, як правило, розміщується позаду естради. В ньому зберігають музичні інструменти, апаратуру та різний реквізит.

#### **3.4. Обладнання і меблі для торгових приміщень**

Меблі для залів у ресторанах, кафе, барах, їдальнях повинні бути зручними, комфортними і за зовнішнім виглядом, стилем, формою, розташуванням гармоніювати з архітектурним і декоративним оформленням залу. Те ж стосується і торговельно-технологічного обладнання.

**Меблі та устаткування залів** умовно поділяють на дві групи: меблі для споживання їжі; меблі та устаткування для зберігання і транспортування посуду, страв.

Меблі для споживання їжі представлені такими видами (рис. 3.3.):

- столи: обідній, ресторанний, банкетний, фуршетний, дитячий, спеціальний, кафетерійний;
- меблі для сидіння: стілець, крісло, напівкрісло, лава-диван, табурет барний, банкетка.



Рис. 3.3. Меблі для споживання їжі

Меблі та обладнання для зберігання і транспортування посуду, страв у залах представлені такими видами:

- візок офіціантський сервірувальний дво-, триярусний;
- візок для збирання використаного посуду;
- пересувні електричні касети для підігрівання тарілок;
- пересувні касети – тримачі тарілок зі стравами;
- холодильні шафи стаціонарні та пересувні;
- підсобні (приставні) стаціонарні столики та пересувні на колесах;
- підставка під відерце з шампанським, іншими винами;
- меблі для зберігання посуду, наборів, столової білизни (сервант).

Усі меблі передбачені для закритих приміщень і відкритих терас, балконів, літніх майданчиків. Для останніх використовують т.зв. садово-паркові меблі (пластикові, плетені із лози, ротангові) (див. рис. 3.4.).



Рис. 3.4. Плетені меблі для літніх майданчиків ресторанів

Форма столів може бути різноманітною: круглою, квадратною, овальною, прямокутною. Вони можуть бути дво-, чотири-, шести- та восьмимісними. Найбільш поширені сьогодні квадратні столи шириною від 600 до 900 мм; прямокутні шириною від 600 до 900 та довжиною від 900 до 2200 мм, при цьому висота їх – 690-750 мм; круглі столи можуть мати діаметр 900-1200 мм, висоту – 740-760 мм.

Строгого співвідношення між столами різної місткості сьогодні не існує. Столи та їх окремі елементи виробляють з різних матеріалів: деревини, деревно-стружкових та деревно-волокнистих плит, полімерних матеріалів, плетеної лози, металу, скла, мармуру тощо.

*Банкетний стіл* вищий за звичайний ресторанний (760-780 мм), ширина його – 950-1500 мм. Можуть також використовуватися розкладні столи.

*Фуршетні столи* вищі за банкетні (900-1050 мм), тому що призначені для вживання їжі стоячи. Ширина їх – 1200-1500 мм.

Для *дитячих кафе* використовують столи розміром 600×600 мм та 700×700 мм, заввишки 540-550 мм – для малюків, 570-590 мм – для дітей дошкільного віку та 650-680 мм для молодшого шкільного віку.

*Кафетерійні столи* встановлюють у кафетеріях, при облаштуванні місць для споживання їжі стоячи (кафетерії в універмагах, торгових центрах тощо), у т.ч. в закладах швидкого обслуговування. Висота їх становить 1000-1100 мм. Форма поверхні та розміри різноманітні: круглі діаметром 750-1300 мм, квадратні шириною 600-900 мм та прямокутні шириною 500-700 мм. Під стільницею можуть бути гачки та нижній ярус для сумок, пакетів тощо.

Планування розміщення посадочних місць передбачає максимум зручностей для гостя. Організуються відокремлені зони, бокси або ніші, в яких розміщуються столи. *У ресторані не можна використовувати замість крісел дивани.* Це унеможливіло правильне подавання страв і дотримання правил обслуговування. Найзручніше сидіння в кріслі або на стільці.

Щодо розставляння меблів у торговому залі ставляться такі вимоги: при нижньому розставлянні столів – інтервал між столами на 2 персони – 1 м, для квадратних столів 2 м, для прямокутних столів по довжині – 1 м, по ширині – 2 м. Ширина проходів: центрального – 2 м, допоміжних та бокових – 1,5 м. Зменшення вищевказаних розмірів проходів призводить до сповільнення швидкості та зниження культури обслуговування. При розставлянні столів у кабінах необхідно забезпечити офіціанту вільний підхід до всіх гостей. Ширина проходів

між кабінами повинна бути не менше 1,5 м.

Стільці, крісла, дивани повинні відповідати середнім антропометричним даним людини, тобто мати правильно обрані висоту, ширину та глибину сидіння. Покриття може бути натуральним або штучним. Форма крісел для коктейль-холів пов'язана з їхнім функціональним призначенням. Вони нижчі за ресторанный. Їх висота становить 350-400 мм, глибина до 550 мм, ширина 600-700 мм.

Основними та специфічними меблями барів є *барні табурети та стільці* (див. рис. 3.5.). Вони не відзначаються особливою зручністю та комфортом, але додають різноманітності до інтер'єру залу. Висота сидіння барних табуретів і стільців коливається в межах 760-840 мм, висота спинки стільців – від 120 до 240 мм, ширина стільців і табуретів – 380-460 мм. У деяких барах використовують меблі на замовлення.



Рис. 3.5. Стільці для барів

*Підсобні столи* виготовляють з тих же матеріалів, що й обідні. Довжина їх відповідає ширині обідніх столів (850-900 мм), висота також, ширина – 600 мм. Приставні столики встановлюються поруч з обідніми столами, без перешкоди рухові офіціантів. На момент подавання страв вони приставляються до потрібного столика. Їх використовують при англійському способі подавання страв, напоїв, на них ставлять використаний посуд, відкорковують пляшки тощо.

*Пересувні візки (сервірувальні столики) на колесах* призначені для транспортування страв до столів (рис. 3.6., а). Вони можуть бути з підігрівом, охолодженням, з ємностями для окремих компонентів салатів, що дозволяє готувати їх у присутності споживачів. Візки для фламбування страв з пальником та без нього досить поширені в ресторанах з кухнею ф'южн і креативним спрямуванням. Висота візків коливається в межах 730-960 мм, ширина – 400-550 мм, довжина – 450-1000 мм. Візки можуть бути круглої форми діаметром 900 мм.





Рис. 3.6. Допоміжне обладнання закладів ресторанного господарства:  
а – візки офіціанта; б – холодильна шафа

У закладах харчування, особливо при готельних комплексах, широко використовуються *пересувні буфети*, які встановлюються в залах при організації харчування за типом «шведського столу» чи «шведської лінії», учасників нарад, спортивних змагань, при облаштуванні столів-буфетів тощо. Вони використовуються як роздавальні столи із ємностями для короточасного зберігання холодних (холодильна модель «COLD»), гарячих (теплова модель «HOT»), а також комбінованих (модель «COMBI») готових страв.

*Охолоджувальні буфети* можуть бути вітринного (відкриті з боку офіціанта) та пристінного (відкриті з боку споживача) типів різноманітної форми.

*Холодильні шафи* використовують для зберігання в охолодженому стані певних видів страв, кондитерських виробів, що швидко псуються, морозива та напоїв у залі. Вони можуть бути стаціонарними та пересувними. Демонстраційний відсік виготовляється із прозорих склопакетів. Полиці шафи можуть бути як стаціонарними, так і карусельного типу (обертаються). Скляні полиці карусельного типу мають круглу форму і обертаються навколо власної осі, що дозволяє роздивитися виставлену продукцію з усіх боків. Зазвичай таку шафу-вітрину розміщують у закладах ресторанного господарства із предметною спеціалізацією (рис. 3.6., б). Однією шафою користуються 2-4 офіціанти.

*Серванти* призначені для зберігання невеликої кількості посуду, наборів, столової білизни в залах ресторанів. Верхня поверхня серванта використовується як підсобний столик (див. рис. 3.7.). Сервант має висувні ящики та відділення, де зберігаються столові набори, посуд, столова білизна та інші аксесуари сервірування. Найпоширеніші розміри сервантів: висота 850-900 мм, довжина – 1000 мм, ширина – 450-550 мм.



*Рис. 3.7. Серванти для офіціантів в торгових залах ресторанів*

Серванти зазвичай розміщуються біля стін, колон з урахуванням зручнішого користування ними при обслуговуванні відвідувачів. Кількість сервантів розраховується у співвідношенні 1 сервант на 2 офіціантів.

Вибір устаткування повинен вирішуватися у стильовій відповідності до інтер'єру певного типу закладу харчування. Те ж стосується меблів, які безпосередньо пов'язані з архітектурно-планувальним вирішенням залу, функціонально-технологічними процесами та формами обслуговування.

#### **Запитання та завдання для самоперевірки**

1. Охарактеризуйте структуру матеріально-технічної бази закладів ресторанного господарства для організації процесу обслуговування.

2. Назвіть види устаткування, за допомогою якого здійснюються процеси обслуговування споживачів.

3. Що відносять до засобів і предметів праці у закладах ресторанного господарства? Від чого залежить їх перелік?

4. Охарактеризуйте основні приміщення для споживачів.

5. Назвіть вимоги, які ставляться до облаштування кімнати для паління, туалетних кімнат.

6. Розкрийте роль освітлення як елементу інтер'єру закладу.

7. Назвіть основні характеристики роздавальних залежно від методів обслуговування в закладах ресторанного господарства.

8. Розкрийте переваги використання роздавальних, розміщених острівним способом.

9. Опишіть облаштування мийних столового посуду у закладах ресторанного господарства.

10. Назвіть вимоги, які ставляться до облаштування сервізних кімнат.

11. Перелічіть меблі, призначені для споживання їжі в залах закладів ресторанного господарства.

12. Назвіть меблі та обладнання, що використовуються для транспортування посуду, страв у залах закладів харчування.

13. Які види столів використовують у закладах ресторанного господарства? Чим вони відрізняються між собою?

14. Охарактеризуйте меблі та обладнання, що використовуються для роботи офіціантів у торгових залах ресторанів.

15. Назвіть обладнання для «шведських столів», «шведських ліній».

16. Дайте характеристику сервантів для офіціантів і назвіть їх різновиди.

### Тести для самоконтролю

1. До приміщень, де процес обслуговування здійснюється безпосередньо, відносять \_\_\_\_\_.

- а) вестибюлі, туалетні кімнати, гардероби, кімнати для паління;
- б) зали, аванзали, банкетні зали, тераси, балкони тощо;
- в) торгові зали, сервізна, приміщення для офіціантів, посудомийна;
- г) загальна вітальня, касовий зал, білизняна, аванзал тощо.

2. Лінії прилавоків самообслуговування, барні стійки, охолоджені вітрини, касети з підігрівом для посуду, візок для фламбування страв, «шведські лінії», настільні вітрини з підігрівом, з охолодженням тощо – це \_\_\_\_\_.

- а) торгово-технологічне та холодильне устаткування;
- б) немеханічне устаткування;
- в) механічне устаткування;
- г) підігрівальне устаткування.

3. Меблі для транспортування, відпускання, прийому їжі, зберігання посуду та столової білизни в залі та поза його межами відносять до \_\_\_\_\_.

- а) торгово-технологічного та холодильного устаткування;
- б) немеханічного устаткування;
- в) механічного устаткування;
- г) підігрівального устаткування.

4. Зал, в якому здійснюється повсякденне традиційне обслуговування, називається \_\_\_\_\_.

- а) традиційним;    б) основним;    в) повсякденним;    г) банкетним.

5. Для збору, очікування й відпочинку гостей призначений \_\_\_\_\_.

- а) банкетний зал;    б) вестибюль;    в) аванзал;    г) гостьовий зал.

6. Мийна столового посуду належить до \_\_\_\_\_.

- а) основних приміщень;    б) підсобних приміщень;
- в) виробничих приміщень;    г) допоміжних приміщень.

7. З'єднувальною ланкою між торговими приміщеннями і виробництвом є \_\_\_\_\_

- а) роздавальна;    б) кухня;    в) сервізна;    г) касовий вузол.

8. Гардероби у вестибюлях ресторанів і кафе готельних комплексів розраховуються на обслуговування \_\_\_\_\_ місць.

- а) 50%;    б) 100%;    в) 70%;    г) 60%.

9. Чи обов'язкова наявність вішалок у закладах швидкого харчування?

- а) так;    б) ні.

10. Система світильників, розміщених під стелею або на стінах, які рівномірно освітлюють усе приміщення – це \_\_\_\_\_.

- а) індивідуальне освітлення;
- б) загальне освітлення;
- в) локальне освітлення;
- г) природне освітлення.

11. Система освітлення окремих столів, ділянок залу, умовно обмежених або виділених зон, а також елементів устаткування та декоративного оформлення – це \_\_\_\_\_.

- а) індивідуальне освітлення;
- б) загальне освітлення;
- в) локальне освітлення;
- г) природне освітлення.

12. Температурний режим в ресторані повинен становити \_\_\_\_\_.

- а) 22-23°C;
- б) 16-18°C;
- в) 25-26°C;
- г) 20-22°C.

13. Ширина роздавальної при односторонньому розташуванні цих приміщень повинна становити не менше \_\_\_\_\_.

- а) 1 м;
- б) 2 м;
- в) 1,5 м;
- г) 3 м.

14. Робоче місце роздавальника холодних страв і закусок обладнують \_\_\_\_\_.

- а) прилавком з охолодженням;
- б) холодильником;
- в) мармітом;
- г) достатньою кількістю посуду.

15. Робоче місце роздавальника гарячих закусок, перших і других страв обладнують \_\_\_\_\_.

- а) прилавком з підігрівом та мармітом;
- б) достатньою кількістю підігрітого посуду;
- в) каструлями з гарячими стравами;
- г) тепловими вітринами.

16. Немеханізовані роздавальні лінії на підприємствах із самообслуговуванням використовуються для \_\_\_\_\_.

- а) відпускання десертів та холодних напоїв;
- б) відпускання страв вільного вибору;
- в) відпускання скомплектованих раціонів харчування;
- г) відпускання холодних страв і закусок.

17. Для демонстрації, короткочасного зберігання і відпускання холодних страв та закусок, солодких страв та ін. продукції у роздавальнях, оснащених прилавками самообслуговування, повинні бути \_\_\_\_\_.

- а) холодильники;
- б) охолоджувальні прилавки-вітрини;
- в) демонстраційні вітрини;
- г) морозильні камери.

18. Для механізації процесу миття посуду використовують посудомийні машини. Незалежно від їх наявності чи відсутності у мийній встановлюють \_\_\_\_\_ ванн.

- а) сім;
- б) чотири;
- в) п'ять;
- г) три.

19. Сервізну розміщують поряд із \_\_\_\_\_.

- а) торговим залом;
- б) кухнею;
- в) мийною столового посуду;
- г) виробничими приміщеннями.

20. Меблі для споживання їжі представлені:
- а) столами та меблями для сидіння;
  - б) сервантами, допоміжними столиками, стільцями;
  - в) сервірувальними візками та візками для використаного посуду;
  - г) підсобними столами та стільцями для персоналу.
21. Оскільки фуршетні столи призначені для споживання їжі стоячи, то їх висота може коливатися в межах ...
- а) 740-760 мм;
  - б) 700-800 мм;
  - в) 900-1050 мм;
  - г) 1200-1500 мм.
22. Розміри столів для дитячих кафе залежать від ...
- а) спеціалізації закладу;
  - б) вікової категорії відвідувачів;
  - в) розмірів закладу;
  - г) асортименту пропонованих страв.
23. Недотримання вимог щодо розставлення столів у торговому залі ресторану призводить до ...
- а) сповільнення швидкості та зниження культури обслуговування;
  - б) порушення загального комфорту як складової іміджу ресторану;
  - в) неможливості вільного руху гостей до туалетних кімнат;
  - г) збільшення кількості обслужених у ресторані.
24. Приставні столики використовуються ...
- а) при англійському способі подавання страв;
  - б) для збирання використаного посуду;
  - в) коли не вистачає обідніх столів;
  - г) для роботи офіціантів.
25. Для зберігання невеликої кількості посуду, наборів, столової білизни в залах ресторанів призначені...
- а) серванти;
  - б) тумби;
  - в) підсобні столи;
  - г) шафи з полицями.

#### **ТЕМА 4. ВИРОБНИЧЕ УСТАТКУВАННЯ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

- 4.1. Устаткування для теплової обробки продукції.
- 4.2. Холодильне обладнання для закладів ресторанного господарства.
- 4.3. Посудомийне обладнання в закладах ресторанного господарства.
- 4.4. Нейтральне кухонне обладнання підприємств харчування.
- 4.5. Електромеханічне устаткування закладів харчування.
- 4.6. Обладнання для закладів швидкого харчування (fast food).
- 4.7. Обладнання для барів.

##### **4.1. Устаткування для теплової обробки продукції**

Теплова обробка продуктів відбувається в теплових апаратах, які **класифікуються** за технологічним призначенням, джерелами тепла (видами енергоносіїв), способом обігрівання, принципом роботи, ступенем автоматизації.

**За технологічним призначенням** розрізняють теплові апарати *універсальні* (плити) і *спеціалізовані*; останні, у свою чергу, поділяються на *варильні* (котли, кавоварки, сосисковарки, пастакукери, вакуум-апарати тощо), *жарильні* (сковороди, фритюрниці, жарильні, пекарські, конвекційні, пароконвекційні шафи, грилі, жарильні поверхні), *водонагрівальні* (водонагрівачі, кип'ятильники, чайники, самовари) і *допоміжні* (марміти, теплові стійки, термоси).

**За способом обігрівання** розрізняють контактні теплові апарати і апарати, що є поверхневими теплообмінниками із безпосереднім і непрямим обігрівом. У *контактних теплових апаратах* нагрівання продукту, що обробляється, відбувається шляхом безпосереднього зіткнення з теплоносієм. У *поверхневих теплообмінних апаратах із безпосереднім обігрівом* тепло від середовища, що гріє, до того, що нагрівається, передається через роздільну стінку, а в апаратах з *непрямим обігрівом* – через проміжний теплоносій.

**За принципом роботи** розрізняють апарати *безперервної дії*, в яких завантаження, тепла обробка і вивантаження продукту відбувається одночасно, і *періодичної дії*, в яких продукт послідовно завантажується, піддається тепловій обробці і розвантажується.

**За ступенем автоматизації** апарати поділяються на: *неавтоматизовані*, тобто такі, в яких контроль за безпечною роботою і дотриманням режиму теплової обробки здійснює обслуговуючий персонал; *напівавтоматизовані*, де безпечна робота апарата забезпечується приладами автоматики, а режим теплової обробки контролюється обслуговуючим персоналом, і *автоматизовані*, в яких контроль за безпечною роботою і дотриманням теплового режиму роботи здійснюється приладами автоматики.

Теплові апарати повинні відповідати вимогам технології готування їжі, забезпечувати теплову обробку продуктів при мінімальній затраті енергії, мати високий ступінь надійності, створювати оптимальні умови роботи для обслуговуючого персоналу і відповідати вимогам техніки безпеки і виробничої санітарії. **Вимоги** до теплових апаратів можна поділити на експлуатаційні, конструктивні, економічні й охорони праці.

До **експлуатаційних вимог** належать: відповідність апарата своєму цільовому призначенню, максимальна інтенсивність праці, відмінна якість готових виробів, продуктивність, зручність в обслуговуванні.

**Конструктивні** вимоги: простота будови, розбирання, збирання і регулювання апарата, невелика маса і малі габаритні розміри, антикорозійність частин, що стикаються з харчовими продуктами.

**Економічні** вимоги: дешевизна апарата, невеликі питомі витрати енергоносія, довговічність, автоматизація і високий коефіцієнт заповнення робочого об'єму.

До вимог **охорони праці** належить: безпека роботи, достатня міцність апарата, наявність запобіжних клапанів, автоматичних сигналізаторів та інших пристосувань для попередження аварій.

Апарати з електричним і газовим обігрівом можуть використовуватися для здійснення процесів варіння і смаження. Парові харчоварильні апарати призначені переважно для варіння.

Розігрівання окремих охолоджених страв, нагрівання продуктів до температури менше за 100°C, підсушування хліба для панірування тощо здійснюється у теплових шафах, температура повітря в яких не вища 120...150°C.

Для підтримання готової продукції у гарячому стані існують спеціальні апарати різної конструкції – марміти, термоси, електростійки та ін.

**Вихідними параметрами** теплових апаратів є: для плит – площа жарильної поверхні, для кип'ятильників – годинна продуктивність, для котлів – ємність.

Крім того, всі апарати можна поділити на універсальні (плити) і спеціалізовані, призначені для проведення певних технологічних процесів. Останні мають великий ККД, забезпечують кращу якість виробів і поліпшують умови праці.

Теплові апарати виготовляються з матеріалів, які повинні відповідати таким вимогам:

- бути достатньо міцними, не піддаватися корозії в результаті контакту з харчовими продуктами і миючими засобами, легко очищуватися від залишків їжі;
- забезпечувати надійну роботу апарата при мінімальних масі, габаритних розмірах і вартості деталей.

**Залежно від джерела тепла** всі теплові апарати поділяються на три групи: 1) електричні; 2) газові; 3) парові.

Кожна група апаратів, класифікованих за джерелами тепла, має різну будову, але об'єднує їх те, що в кожному апараті є пристрій, що гріє, за допомогою якого здійснюється той чи інший технологічний процес готування їжі.

У апаратах з **електричним обігріванням** одним з основних елементів є електронагрівач певної конструкції. Ця група апаратів широко застосовується на підприємствах ресторанного господарства

завдяки простоті використання, можливості автоматизації регулювання ступеня нагріву, точності обліку витрат енергії.

**Плита електрична** – це різновид професійного кухонного обладнання, яке застосовується для варіння, смаження та інших видів теплової обробки продуктів харчування. Без цього обладнання практично неможливо уявити функціонування будь-якого закладу громадського харчування. Електроплита може мати різну кількість конфорок. Каркас і бічні панелі виготовлені з чорного металу з полімерним покриттям, задня панель оцинкована. Стільниця і фасад виготовлені з нержавіючої сталі.



*Види електричних плит*

Зовні **індукційна варильна панель** нічим не відрізняється від склокерамічної електроплити. Тут нагрівального елемента немає взагалі: тепло генерується в самому дні посуду під впливом електромагнітного поля, яке створюється за допомогою спеціальної котушки індуктивності. Завдяки найкоротшому шляху перетворення електричної енергії в теплову, індукційні плити мають переваги

порівняно зі своїми конкурентками: вони швидко нагріваються, а енергії витрачають менше.

Для індукційної плити використовують сталевий і сталевий емальований посуд, чавунний посуд, посуд з нержавіючої сталі й алюмінієвий посуд з феромагнітним дном, які легко чистити.



**Газові плити** бувають різними: настільними чи підлоговими, з духовкою або без неї, з різною кількістю конфорок, з відкритими пальниками і суцільними нагріваючими

поверхнями. Основною характеристикою професійної газової плити буде кількість конфорок. Найчастіше це – парне число (2, 4 або 6)



«посадкових місць» для каструль, жаровень і сковорідок. Є настільні моделі, такі, що стоять окремо, які, в свою чергу, можуть бути з духовою шафою або без неї, причому модель може бути розрахована на подальшу модифікацію і доповнення духовкою.

У **парових апаратах** використовується насичена водяна пара низького тиску, що має високий коефіцієнт тепловіддачі і велику теплоту пароутворення.



**Електрична пароконвекційна піч** призначена для багатьох способів кулінарної обробки – тушкування, смаження, випікання, варіння на парі та інше. Цей апарат замінює відразу декілька пристроїв на професійній кухні. При приготуванні доступні такі функції: автоматичне розігрівання й охолодження, розігрівання, утримання в розігрітому стані, копчення із зовнішнім модулем.

**Конвекційна піч** – це професійне теплове обладнання, де можна приготувати безліч страв: від дрібних хлібобулочних чи кондитерських виробів до складних страв із м'яса і риби.

Їх широко застосовують у різних закладах громадського харчування: кафе, фаст-фудах, ресторанах, пекарнях тощо. Їхній головний козир – конвекція гарячого повітря, тобто рівномірне і швидке поширення тепла по всій печі. На відміну від традиційних печей, тут підтримується однакова температура в кожній точці продукту.



До **спеціалізованих** теплових апаратів відносять:

- **вугільні печі**, призначені для приготування м'яса, риби, овочів, курячих напівфабрикатів, які, після відповідної теплової обробки, надають продукту натурального аромату, незвичайного смаку, рум'яної скоринки і характерного запаху – барбекю. Як паливо в печах використовується чисте деревне вугілля або вугілля рослинного походження;



- **піч для піци** електрична була розроблена спеціально для приготування піци. Печі мають малі габарити, але великий внутрішній об'єм;

- **професійні пекарські шафи** призначені для випікання у великій кількості кондитерських виробів та хлібобулочних виробів;



*Електричні пекарські шафи*

- **гриль** – необхідний атрибут будь-якого закладу громадського харчування. *Лавовий гриль* – це решітка, під якою розташоване натуральне каміння вулканічної лави (звідси і назва), яке рівномірно розподіляє температуру і вбирає жир, що стікає з решітки. Жир, потрапляючи на каміння, димить, тим самим забезпечуючи специфічний аромат. Головною перевагою такого виду приготування є збереження в їжі всіх вітамінів і мікроелементів, значна частина яких руйнується при звичайному смаженні. Крім того, на такому грилі можна по черзі смажити м'ясо, рибу, овочі, сосиски, не побоюючись, що запахи і смаки змішаються і зіпсують страву – завдяки лавовому камінню цього не відбувається. До речі, при такому способі смаження не обов'язково додавати сіль і спеції до кожної страви – досить раз рясно посипати каміння і стравам передаватиметься аромат спецій.



*гриль-тостер для швидкого розігрівання продуктів та надання їм апетитної скоринки*



*водяний гриль, електричний*



*грилі контактні*



*гриль лавовий газовий*



*гриль лавовий*



*гриль тепаньякі*

*Гриль тепаньякі* – стиль приготування їжі, який полягає в тому, що кухар готує продукти на широкій залізній сковороді тепане в присутності гостей, які їдять, після чого гарячу страву відразу подають в тарілки. Назва походить від слів тепан (яп. – «лист заліза») і яки (яп. – «гриль») або «смажений»).

Типовими інгредієнтами для західного стилю тепаньякі є яловичина, курка та овочі. Акцент же японського стилю зроблений на приготуванні морепродуктів на рослинних чи тваринних жирах. Найчастіше тепаньякі супроводжується артистичними прийомами (жонглювання посудом або підкидання продуктів у повітрі та ін.).



*Грилі-саламандр* – це безконтактні грилі, призначені для швидкого приготування або розігрівання різних продуктів, страв, бутербродів, тостів, піци, страв із м'яса, риби, птиці тощо. Вони відрізняються своєю прискороною тепловою обробкою продуктів. Страви тут готуються під впливом теплових елементів зверху гриля:

інфрачервоних нагрівальних елементів (тенів), інтенсивність яких регулюється за допомогою зміни відстані між ними і стравою.

*Гриль для курей* – пристосування, за допомогою якого здійснюється смаження різних курячих продуктів (стегенець, грудки і тушок курчат). Це – ідеальний варіант для використання в магазинах, барах, буфетах, точках фаст-фуду, а також для вуличної торгівлі, завдяки легкості і простоті у використанні.

Матеріалом для виготовлення грилів для курей служить спеціальна харчова нержавіюча сталь. Завдяки дверцяткам, виконаним з термостійкого скла, гриль можна ставити безпосередньо біля продавця. До того ж гриль для курей здатний виконувати функцію теплової вітрини, що, в свою чергу, робить місце продавця ергономічнішим і дозволяє контролювати готовність продукту без необхідності відкриття дверцят.



модель  
карусельного типу



Грилі електричні  
для 6-8 курей



для 9-12 курей



на 25 курей,  
5 кошків

Використовують два види грилів, залежно від типу енергоносіїв: газовий та електричний.

- **фритюрниці** використовуються для приготування картоплі фрі, чіпсів на торгових точках фаст-фуду та в ресторанах;



*Фритюрниці електричні*



*на закритому стенді*

- **поверхні для смаження** бувають рифленими й гладкими, а також комбінованими, газовими та електричними. Є поверхні для смаження настільні і розміщені на стенді;



*Газові поверхні для смаження на відкритому стенді (одна половина гладка, друга – рифлена)*



*Електрична поверхня для смаження*



- **електрична сковорода** – пристрій, що забезпечує приготування їжі завдяки електричним нагріваючим елементам. Вона використовується для приготування картопляних або овочевих рагу, плову, тушкування м'яса і овочів, смаження овочів, риби, м'яса. Чаша оточена ТЕНами, що забезпечують нагрівання;

- **копильні камери** призначені, насамперед, для вудження продуктів гарячим або холодним способом, а також для запікання м'ясних чи морепродуктів та овочів;



- **марміти** можуть бути газовими або електричними, настільними чи підлоговими. Призначені для короткочасного підтримання готових страв у нагрітому стані на кухнях і в залах сучасних ресторанів.



*Марміт електричний настільний*



*Марміт настільний газовий, подвійний*



*Марміт тепловий для картоплі фри*

На підприємствах громадського харчування марміти незамінні, тому можуть встановлюватися як безпосередньо на кухні, так і в залі для відвідувачів як складова частина лінії роздачі. Особливість цього елемента теплового обладнання полягає в тому, що він нагріває продукт до такої температури, при якій не змінюються його хімічні властивості, тобто не відбувається ні закипання, ні пересушування.



*об'єм 5,7 л*



**Марміти для супів**

*об'єм 10 л*



*об'єм 5 м, з ручками*

**Теплові столи** – професійне обладнання, яке використовують в закладах громадського харчування. Тепловий стіл призначений для підтримання страв гарячими впродовж короткого терміну. На ньому можна підігріти тарілки перед сервіруванням. Його можна встановити, як елемент лінії роздачі, а також використати як самостійне обладнання на професійній кухні.



**Теплові вітрини** використовують для підтримання в теплому стані готових страв, в основному кондитерських. У них продукти зберігають свої смакові якості та зовнішній вигляд. Теплові вітрини бувають з

вологим і сухим кліматом, обладнані освітленням і полицями, що обертаються, а також системою рівномірного розподілу тепла.



*Вітрини теплові для піци, булочок, пиріжків*

**Макароніварки** призначені для приготування виробів з тіста (не тільки різні види вермішелі і спагеті); на ньому також можна варити пельмені і вареники, а ще овочі, яйця, рис і готувати деякі інші страви. Паста-машини були винайдені з метою економії часу для приготування, тому вони набувають дедалі більшої популярності у власників кафе, ресторанів і барів.



Останнім часом модною стала японська кухня, основою якої є рисові страви. **Рисоварки** здатні підтримувати в теплом стані страви з м'яса, риби та овочів.



*Рисоварка на 25-40 порцій*



*Рисоварка на 2-10 порцій, підходить для пропарювання та зберігання в теплі м'яса, риби або овочів*



*Рисоварка електрична, об'єм 10 л (14-20 порцій), функція термоса*

**Електрокип'ятильники** потрібні в будь-якому закладі громадського харчування, де подають гарячі напої. З їх допомогою можна швидко отримати велику кількість окропу і підтримувати температуру води, близьку до кипіння впродовж 24 годин.



*Електрокип'ятильники з автоматичною подачею холодної води*

*Чаєроздатчик для приготування чаю та інших гарячих напоїв*

Окрім зазначеного вище устаткування, заклади ресторанного господарства залежно від спеціалізації повинні бути забезпечені необхідним устаткуванням для теплової обробки.

#### **4.2. Холодильне обладнання для закладів ресторанного господарства**

Для зберігання, демонстрації і продажу продуктів, що швидко псуються, підприємства ресторанного господарства оснащують холодильним устаткуванням: збірними холодильними камерами, холодильними шафами, що охолоджуються, вітринами, прилавками.

Сучасні типи холодильного устаткування випускають різними за конструкцією, температурою зберігання і способом охолодження.

**За конструкцією** розрізняють такі типи холодильного устаткування:

- холодильні шафи – для зберігання робочого запасу продуктів;
- прилавки та вітрини – для демонстрації, продажу й зберігання продуктів;
- збірні холодильні камери – для зберігання продуктів упродовж кількох днів.



**Холодильні шафи** – це обладнання, яке обов'язково присутнє в будь-якому закладі громадського харчування. Залежно від потреб, можна вибрати холодильну шафу відповідних розмірів з глухими або скляними дверима. Вони призначені для зберігання добового запасу харчової сировини.

**Винні шафи** забезпечують ідеальні умови для зберігання вина за рахунок підтримки зазначених параметрів температури та вологості. Вони мають прозорі двері та спеціальні полиці для розміщення на них винних пляшок під кутом.

**Холодильні прилавки і вітрини.** На підприємствах ресторанного господарства холодильні прилавки і вітрини використовують для демонстрації і зберігання у процесі продажу охолоджених продуктів, холодних страв, закусок і кондитерських виробів. Прилавки і вітрини встановлюються в торгових залах підприємств і магазинах кулінарії, а також у буфетах і кафе.



Наразі промисловість випускає велику кількість прилавків, вітрин, однак найчастіше використовують комбіновані *прилавки-вітрини*. Зазвичай вони мають верхню заклену частину (вітрину) і нижню (прилавок), причому в деяких конструкціях останній не охолоджується.

Правильно підібрана **холодильна/морозильна вітрина** допоможе зберегти товар свіжим і привабливим. Сучасний дизайн також відіграє важливу роль при виборі холодильної чи морозильної вітрини.



*Вітрина з комбінованим температурним режимом*



*Кутова (внутрішня) вітрина*



*Кутова (зовнішня) вітрина*



*Холодильна вітрина*

**Кондитерські вітрини та вітрини для морозива** призначені для зберігання й ефектної демонстрації різноманітних видів кондитерських виробів і морозива. Вони бувають настільними, підлоговими чи вертикальними, різних розмірів і конфігурацій.



*Вітрина для морозива*



*Вітрина для морозива і кондитерських виробів. 2 окремі системи охолодження*



*Кондитерська вітрина*



Салати надзвичайно популярні серед різних верств населення, тому постійно зростає попит на таке професійне обладнання, як **салат-бари**, за допомогою яких можна презентувати різноманітні салати й закуски.



*Салат-бар для організації шведського столу*

**Холодильні** і **морозильні столи** використовують для короткочасного охолодження та обробки продуктів, зберігання продуктів і напоїв при температурі від +2 до +8°C, а також для автоматичного розморожування продуктів. Вся конструкція вироблена з неіржавіючої сталі. Стільниця служить робочою поверхнею. Столи можуть бути встановлені самостійно або у складі технологічної лінії. Поєднання в єдиній конструкції робочого столу і холодильного об'єму дозволяє значно економити на виробничих площах.



**Холодильний стіл**  
*для приготування салатів*



**2-дверний,**  
*2 полиці,*  
*температурний*  
*режим*  
*-18...-22°C*



**Стіл морозильний**  
*3-дверний, може*  
*витримувати дуже високу*  
*температуру*  
*навколишнього середовища*  
*(до +43°C) і*  
*вологість (до 65%)*

**Морозильна скриня** – це горизонтальне торгове обладнання, призначене для зберігання і демонстрації продукції за низьких температур. Виготовляється морозильна камера-скриня у вигляді об'ємного ящика з відкидною або розсувною кришкою. Її перевагами перед іншим низькотемпературним устаткуванням є мобільність, компактність, можливість використовувати у вуличній торгівлі, а також застосовувати для тривалого зберігання продуктів.

Є морозильні скрині кількох типів: із глухою і скляною кришкою.



*Морозильна скриня  
з глухою кришкою*



*Скриня з розсувним  
склом*

**Шокова заморозка** – це заморожування або охолодження продуктів за мінімальний час у потоці холодного повітря за низьких температур. Порівняно з традиційним заморожуванням, шокова заморозка має безліч переваг: швидке заморожування, краще зберігання структури продукту, втрата маси продукту за рахунок усушки в 2-3 рази менша, бактерії при різкій зміні температури не можуть розвиватись і не виживають.



**Морозильні шафи** призначені для заморожування, зберігання й експонування продуктів харчування та напоїв. Вони відрізняються від холодильних шаф нижчою температурою (в цих агрегатах вона досягає  $-28^{\circ}\text{C}$ ), а від морозильних камер – великим обсягом (до 1500 л).



*Морозильна шафа,  
1-дверна, 3 полиці,  
650 л*



*Шафа морозильна,  
дводверна,  
електронне  
управління, примусова  
вентиляція,  
автоматичне  
розморожування, 6  
полиць,  
1400 л*



*Шафа морозильна,  
тридверна,  
електронне  
управління,  
примусова  
вентиляція,  
автоматична  
розморозка,  
9 полиць , 2100 л*

Як правило, шафа холодильна низькотемпературна – це шафа з кількома полицками або висувними ящиками, температура яких регулюється окремо, що дозволяє одночасно зберігати і заморожувати зовсім різні продукти. Крім того, в цих агрегатах є функція швидкої

заморозки, завдяки якій у заморожених продуктах харчування зберігається більше поживних речовин.

**Льодогенератор** – це професійне холодильне обладнання, за допомогою якого виробляють харчовий лід різноманітної форми та для різних потреб. Апарати для виробництва льоду потрібні:

- при виробництві м'ясних напівфабрикатів і приготування фаршу,
- при переробці фруктів і овочів,
- для охолодження води та напоїв в готелях, барах, ресторанах, нічних клубах і закладах фаст-фуду.

Апарати для виробництва льоду бувають різними:

- із вбудованим чи виносним холодильним агрегатом;
- з водяним або повітряним охолодженням;
- настільні і підлогові льодогенератори;
- льодогенератори заливного типу або такі, що потребують підключення до водопроводу;
- з окремим чи вбудованим бункером;
- для виробництва формованого або безформного льоду.



*Бункер для льоду на 240 кг*



*Льодогенератор: повітряне охолодження; форма льоду – луска.*



*Льодогенератор підключається до водопроводу. Форма льоду – кубики конічної форми (наперстка)*



*Професійний льодогенератор для виробництва прозорого льоду*

**Гранітор** – устаткування для приготування густих охолоджених десертів (відомих як «фруктовий сніг»), надзвичайно популярних у літню спеку. Вони готуються із соків, концентратів, фруктових пюре, морсів, сиропів, негазованих і слабоалкогольних напоїв. У перекладі з італійської «граніто» означає охолоджений безалкогольний коктейль.



Останні кілька років гранітори встановлюються в кафе, барах, ресторанах, фаст-фудах тощо і користуються величезною популярністю.

**Охолоджувачі соку** (іноді сокоохолоджувачі) призначені для охолодження, демонстрації та продажу різних негазованих напоїв або соків у кафе, ресторанах, кафетеріях.

Моделі охолоджувачів соку різняться об'ємом (5 і 8 л) і кількістю ємностей (переважно від 1-ї до 3-х). У охолоджувачів соку і граніторів із кількома ємностями передбачене незалежне регулювання температури кожної місткості (в одній із них можна отримувати «фруктовий сніг», в іншій – охолоджувати сік).

#### **4.3. Посудомийне обладнання в закладах ресторанного господарства**

Практично всі ресторани та інші заклади ресторанного господарства регулярно стикаються з проблемою – потрібно не просто вимити посуд, а зробити це якомога швидко і при цьому якісно. Тому для забезпечення ідеальної чистоти посуду й столового приладдя більшість підприємств встановлює посудомийні машини, враховуючи при цьому певні параметри: режим роботи (періодичний або постійний), а також її продуктивність.

**Види посудомийних машин:**

- із *фронтальним завантаженням* використовуються на підприємствах невеликих розмірів, завдяки своїй компактності. Здебільшого їх розміщують під стільницею або ж під барною стійкою, що економить робочий простір. Продуктивність становить 550-600 тарілок за годину;

- *посудомийні машини купольного типу* використовують як у невеликих закладах, так і в ресторанах зі значною кількістю відвідувачів. У ній можна мити всі види посуду і навіть габаритний кухонний інвентар. Часто вони додатково укомплектовуються допоміжними столами для брудного посуду, отворами для відходів, стелажми для додаткових касет. Їхня продуктивність становить 800-1200 тарілок за годину;

- *посудомийні машини конвеєрного (тунельного) типу* – це професійне кухонне обладнання найвищого класу, їх використовують заклади, які обслуговують велику кількість людей: готелі, ресторани для великих банкетів, їдальні. Процес завантаження і вивантаження в них повністю автоматизований. Продуктивність залежить від величини закладу (до 2800 тарілок на годину), передбачені 3 цикли мийки, 2 цикли полоскання, дозатори миючого та ополіскуючого засобів;

- *універсальні посудомийні машини* призначені для миття тарілок, супових мисок, склянок, приладдя, підносів розміром не більше 500х

325 мм із застосуванням миючих засобів у закладах громадського харчування. Залежно від конфігурації, універсальні посудомийні машини можна підключати як до гарячої, так і до холодної води.



*фронтальна машина*



*купольна машина*



*конвеєрна посудомийна машина*



*універсальна посудомийна машина безперервної дії*

#### **4.4. Нейтральне кухонне обладнання підприємств харчування**

Професійне нейтральне обладнання з нержавіючої сталі для ресторанів і кафе – це допоміжне оснащення, яке дозволяє поліпшити організацію виробництва та оптимально використовувати робочий простір. Воно призначене для вирішення таких виробничих питань:

- приготування їжі;
- усунення відходів;
- розподілу страв по окремих ємностях;
- упорядкування продуктів харчування на кухнях ресторанів, їдалень або в харчових цехах.

В закладах ресторанного господарства використовують такі види професійного нейтрального кухонного обладнання з нержавіючої сталі: полиці, сушарки для посуду, столи з мийками і ванни, візочки сервірувальні та вантажні, обробні столи для м'яса й риби, гастроємності, шафи різних видів, рукомийники, баки для відходів, стелажі, підставки під обладнання, столи-тумби тощо.

Все професійне обладнання для кафе і ресторанів виготовляється за новими технологіями, відповідає санітарно-гігієнічним та ін. нормам.

**Вентиляція** – невід'ємний процес на професійній кухні об'єктів ресторанного господарства. Для вентиляції закладу на кухнях, в цехах встановлюють **зонти вентиляційні витяжні**, які монтуються у вентиляційній системі над тепловим устаткуванням. Вони забезпечують очищення повітря від парів, олії, жиру, запахів.

Конструктивно зонти витяжні поділяють на *пристінні, острівні і прямокутні*, відповідно, розмір і тип зонту залежить від розташування та розмірів теплового устаткування.

За можливості, витяжний зонт необхідно встановлювати над усім тепловим обладнанням, наявним на кухні.



*Зонт витяжний, пристінний*



*Витяжний зонт для печі*



*Фільтр острівний*



*Зонт з поглиначем димів для конвекційних печей*

Зонти вентиляційні витяжні (пристінні, острівні) виготовлені з нержавіючої сталі, постачаються з фільтрами і без них. Принцип роботи зонту простий:

- забруднене повітря потрапляє в зонт методом всмоктування;
- пара проходить фільтрацію;
- внаслідок перепаду температур жир і масло конденсуються і відокремлюються від повітря.

При установці витяжних зонтів важливо проводити монтаж згідно з усіма нормами і вимогами СЕС, які висуваються до закладів громадського харчування.

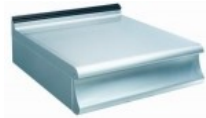
**Робоча поверхня** – це місце праці персоналу на професійній кухні. Щоб якнайраціональніше використати площу і створити гідні умови роботи кухарів, потрібні зручні та якісні нейтральні поверхні.



*Завдяки поглибленій поверхні можна робити заготовки з використанням води*



*Робоча поверхня з шухлядою*



*Робочий стіл-вставка, відкритий*

**Стіл виробничий (обробний)** – призначений для обробки м'яса, риби, продуктів харчування, які використовують для приготування в цехах, на виробництвах чи професійних кухнях. Крім того, може служити допоміжною поверхнею для установки інвентарю, електромеханічного обладнання тощо.



*Стіл виробничий, зі зварною ванною*



*Стіл виробничий, з полицями для зберігання інвентарю*



*Стіл виробничий з полицю + дворівнева полицка над стільницею*



Столи виробничі, як і столи обробні, можуть мати додаткову полицю для посуду, продуктів, приладдя чи необхідного кухонного інвентаря. Стіл для обробки м'яса дозволяє раціонально використовувати простір, виготовляється з нержавіючої сталі. Усі виробничі столи мають посилену з внутрішнього боку стільницю, що додає жорсткості та міцності робочій поверхні.

**Ванни мийні (мийки)** призначені для використання в посудомийних, овочевих, м'ясо-рибних цехах кухні. Вони можуть додатково комплектуватися нижньою полицею, дверцятами, декоративною обшивкою. А також можливе виготовлення ванни зі змішувачем або без нього.



*односекційна*



***Мийки виробничі***

*двосекційна*



*трисекційна*

У більшості закладів ресторанного господарства для підвищення швидкості обслуговування й досягнення максимальної ефективності використовуються **візки сервірувальні**, за допомогою яких офіціант може за 1 раз привезти до столика клієнтів все замовлення, не затримуючи їх. Використовуючи візок, офіціант може дуже швидко прибрати зі столу, або навіть з кількох столів брудний посуд, і підготувати їх до приходу нових гостей.

Сервірувальні візки служать для транспортування страв, продуктів харчування, напоїв і оперативного збирання використаного посуду в закладах громадського харчування. Серед сервірувальних візків, які широко використовуються на професійній кухні, – візки сервірувальні

для тарілок, столового посуду, під ємності, в т.ч. гастроємкості.

Існують дворівневі і трирівневі сервірувальні візки. Крім того, їх можуть виготовляти спеціально для транспортування гастроємностей, посуду, листів з кухонного приміщення до лінії роздачі і навпаки.



Серед безлічі найменувань нейтрального обладнання для підприємств ресторанного господарства, великим попитом і популярністю користуються стелажі металеві, кондитерські, полиці для сушіння посуду і дощок, навісні полиці та ін.



**Стелажі, полиці, сушарки** призначені для складування, зберігання, сушіння необхідного кухонного інвентарю, дощок, ресторанного посуду тощо, є найбільш практичними елементами для заповнення робочої зони. Полиці для сушіння посуду, стелажі дозволяють отримати додатковий простір на професійній кухні для зберігання і розстановки посуду, спецій і приправ, соусів, інвентарю, столового приладдя і підносів.

*Кондитерський металевий стелаж*, як і стелаж кондитерський для листів (односекційний, двосекційний), широко використовують в кондитерських і хлібобулочних цехах, на виробництвах, професійних кухнях для раціонального розміщення і зберігання дек та кондитерського інвентарю.



Ще одним корисним нейтральним устаткуванням на професійній ресторанній кухні є **кухонна навісна шафа** або навісна закрита полиця, призначена для зберігання, сортування продуктів, посуду, інвентарю. Як і **столи-тумби**, вони мають закритий внутрішній об'єм, що дозволяє захистити предмети чи продукти від впливу сонячних променів, обвітрювання, запилення та інших зовнішніх чинників.





шафа навісна



стіл-тумба

Існує декілька видів виробничих столів – стіл-тумба з розсувними (купе) дверима і стіл-тумба з розпашними дверцятами, столи-тумби з висувними ящиками.

#### 4.5. Електромеханічне устаткування закладів харчування

Підприємства швидкого харчування – це сегмент сучасного ринку споживчих послуг, що швидко розвивається. Постійне поповнення асортименту **електромеханічного обладнання** новими моделями (або навіть типами) відкриває нові можливості для вдосконалення технологічного процесу приготування їжі. Використання якісного устаткування дозволяє не тільки істотно поліпшити продуктивність праці, а й значно скоротити витрати сировини й енергії. При цьому обробка сировини проводиться швидко і може здійснюватися практично без використання ручної праці.

**Класифікація** електромеханічного обладнання відбувається за особливостями конструкції і спектром виконуваних завдань. Наприклад, картоплечистки і рибочистки входять до групи **очисного** обладнання, що допомагає очистити ті чи інші продукти з використанням різних пристосувань. **Подрібнювальне** обладнання представляють куттери, м'ясорубки, кавомолки, льодоподрібнювачі. Велика група **ріжучого** обладнання включає слайсери, хліборізки, сиротерки та сирорізки. Різне **перемішуюче** обладнання (тістоміси, міксери, фаршемішалки) – обов'язковий атрибут практично будь-якого кухонного цеху. Заздалегідь задану оператором форму продукту надає **формувальне** обладнання: тісторозкатувальні машини, піца-преси, тістоокруглювачі і котлетоформувальники. Інше обладнання, що використовується на підприємствах ресторанного господарства, але не входить за своїми функціями до вищеперелічених груп, представлене пульпаторами, кухонними процесорами, борошнопросіювачами, професійними сокодавками, маринаторами.

**Електромеханічне устаткування** зазвичай інтенсивно експлуатується, тому при його виборі необхідно також врахувати його продуктивність, зносостійкість і ремонтпридатність.



*Машина для очищення картоплі і моркви*



*Картоплечистка, яка стаціонарно підключається до водопроводу і каналізації*

**Картоплечистка** використовується у закладах громадського харчування для очищення великої кількості картоплі та інших коренеплодів від шкірки. Її вибір залежить від того, який обсяг овочів необхідно переробити за день.

**Планетарний міксер** використовується, насамперед, у кондитерському виробництві. Тому іноді його ще називають міксер кондитерський, хоча одними кондитерськими функціями його можливості не вичерпуються. З його допомогою можна не тільки виготовляти різні види тіста (пісочне, бісквітне, дріжджове і т.д.), а й готувати соуси, креми, муси, майонези, рубати фарш тощо, що робить його абсолютно незамінним приладом на професійній кухні.



*Настільний міксер планетарний*



*Підлоговий міксер планетарний*

**Скиборізки або слайсери** призначені для нарізання гастрономічних продуктів на тонкі скибки, маючи при цьому можливість регулювати товщину скибок. За його допомогою можна швидко і точно нарізати сир, овочі, м'ясо, рибу, хліб, фрукти та ін. Використовуючи промисловий слайсер, можна значно знизити трудовитрати, пов'язані з нарізанням продуктів. Крім того, завдяки скиборізці будь-яке нарізання стає безвідходним, а це призводить до збільшення прибутковості на підприємстві.



Промисловий слайсер може бути двох **видів**:

- з ручною подачею (похилі і вертикальні слайсери);
- з автоматичною подачею (похилі і горизонтальні слайсери).

Професійний слайсер промислового призначення включає функцію охолодження мотора, деякі апарати мають автоматичне укладання. Основною відмінною характеристикою скиборізки є діаметр ножа (універсальний розмір 27-30 см).

Існує багато видів сирів і, відповідно, створено безліч різноманітних **сирорізок**, призначених для нарізання сиру на шматки різних розмірів та форм. Усі сучасні сирорізки прості й безпечні у використанні.



*для нарізання сиру  
моцарелла на  
кубики різних  
розмірів*



*напівавтоматична  
струнна сирорізка.  
На нарізку шматка  
витрачається  
1-2 сек.*



*для нарізання сиру на  
шматки. Настільна  
модель, типу  
гільйотини з  
вертикальною  
подачею ножа*

**Хліборізка** або машина для нарізання хліба широко застосовується на підприємствах громадського харчування, в супермаркетах, мініпекарнях, пекарнях, хлібозаводах і т.д. Призначена для швидкого, точного і безвідходного нарізування різних сортів хліба та хлібних виробів. Крім того, використовуючи хліборізку, можна робити заготовки для сухарів, в т.ч. у формі брусків, застосовуючи повторну нарізку в перпендикулярному напрямку.

Професійна хліборізка повинна обов'язково мати функцію регулювання товщини нарізання. У професійній машині для нарізання хліба має бути контейнер для збору крихт.

Всі сучасні хліборізки безпечні для обслуговуючого персоналу завдяки захисній ізоляції. Промислова машина для нарізання хліба здатна безперервно працювати впродовж всієї робочої зміни.



*Настільна хліборізка з 31  
ножем дозволяє нарізати до  
270 буханок хліба на годину  
(товщиною 9 мм)*



*Хліборізка підлогова,  
напівавтомат,  
товщина шматків 12-13 мм,  
36 лез.  
Продуктивність – 1400  
шматків/год*



**Гастрономічний кутер** – це універсальна кухонна машина, яку використовують у ресторанному бізнесі та в харчовій промисловості. Кутер дозволяє дуже швидко готувати соуси, крем-супи, паштети, десерти, подрібнювати м'ясо, зелень, горіхи, сухофрукти, шоколад, сир, лід, готувати майонез, тісто та ін. Існують спеціалізовані кутери – машини для переробки м'яса, призначені для тонкого подрібнення м'яса і приготування фаршу при виробництві напівкопчених, сирокочених, ліверних ковбас, сардельок, сосисок, паштетів з риби, птиці й м'яса.



В **кухонному процесорі** поєднані функції кутера (для подрібнення і перемішування продукту), овочерізки (для нарізання сирих і варених овочів), м'ясорубки та міксера. Вони зручні у використанні на кухнях невеликих закладів харчування.

**Професійна м'ясорубка** – найпоширеніший прилад, який використовують на кухнях усіх закладів ресторанного господарства. Основне її призначення – перемелювати м'ясо на фарш. Сучасну м'ясорубку використовують для подрібнення інших продуктів, а також для приготування вермішелі, лапші та соку з м'яких овочів і фруктів, залежно від набору її функцій.



**Розпушувач для м'яса** (тендерайзер) – різновид професійного електромеханічного обладнання, який економить час і допомагає приготувати смачні й соковиті страви з м'яса (антрекоти, відбивні), які оброблені шляхом багатьох дрібних надрізів, прорізанням жил, волокон.



*Тендерайзер (розпушувач м'яса).  
Призначений для приготування антрекотів і відбивних*

Операції тендерайзера можна порівняти з відбивним молотком. Але, на відміну від останнього, тендерайзер не пошкоджує м'ясні волокна і запобігає втраті соку. Використання розпушувача для м'яса сприяє швидшому й рівномірному просмаженню м'ясних страв.

Тендерайзери бувають електричними і механічними.

**Пельменні автомати** – професійне обладнання, за допомогою якого можна ліпити велику кількість пельменів. Призначені для виготовлення пельменів із заздалегідь приготованого тіста та фаршу.

Професійна **тісторозкатувальна машина** (тісторозкатка) призначена для формування піци, розкачування тіста для піци, хлібобулочних виробів, коржів, яєчного тіста та ін. в пласти необхідної товщини.

Їх можна розділити на *підлогові* та *настільні*. Підлогові тісторозкатки можуть бути з автоматичним, напівавтоматичним і ручним управлінням. Настільні тісторозкатки використовують, в основному, на невеликих виробництвах з малою потужністю, оскільки їхня конструкція розрахована на невелику продуктивність.



*ручна  
тісторозкатка*



*електрична  
тісторозкатка*

Залежно від типу приводу тісторозкатувальні машини поділяються на *ручні* (механічні) та *електричні*. Проте головним критерієм при виборі тісторозкатки є довжина конвеєра і тісторозкатуючого валика, адже саме ці характеристики і визначають продуктивність апарату.

Відповідно до спеціалізації та розмірів закладу ресторанного господарства види електромеханічного устаткування можуть істотно відрізнятись. На деяких підприємствах (особливо швидкого харчування) застосовується вузькоспеціалізоване обладнання, тоді як висококласні ресторани потребують встановлення різноманітної професійної потужної техніки, крім зазначеної вище.

#### **4.6. Обладнання для закладів швидкого харчування (fast food)**

Для більшості споживачів визначальними факторами при виборі точки fast food є швидкість обслуговування, різноманітність продукції за високого рівня її якості і хороші споживчі властивості.

**Обладнання для вуличної торгівлі** і фаст-фуду є одним із найбільш швидкоокупних завдяки постійно зростаючому попиту на таку продукцію і високій прохідності торгових точок. Популярність ресторанів швидкого харчування в інвесторів також пояснюється низьким порогом витрат входження на ринок і екстремально сприятливими термінами формування стабільного прибутку. Правильна організація роботи такого підприємства та підбір якісного обладнання для вуличної торгівлі є чинниками, які безпосередньо впливають на успішність бізнесу в цілому.

До сегменту роздрібно́ї торгівлі фаст-фудом належить *мережа вуличних* або *стаціонарних торгових точок*. Обидва види мають свою специфіку й особливості використання обладнання для виготовлення фаст-фуду. Великі торгові центри є основним місцем для розміщення стаціонарних точок швидкого харчування (маленькі ресторанички і бари, кав'ярні, бістро та піцерії); зазвичай вони відрізняються потужною матеріально-технічною базою.

Серед вуличних закладів швидкого харчування, які торгують під відкритим небом, можна виділити пересувні прилавки й візки, автофургони, павільйони та кіоски. Як правило, кожна така точка спеціалізується на одному конкретному виді продукції. Для них актуальне використання одного типу апаратури: для виготовлення хот-догів, пончиків, шаурми, млинців, листової випічки, курей гриль або печеної картоплі. Сьогодні можна зустріти й екзотичніші продукти.

Через розміщення точок вуличної торгівлі поблизу основних потоків переміщення людей, їхня продукція зазвичай доступна і затребувана. Торгове обладнання для приготування вуличного фаст-фуду орієнтується на масове, потокове, безперервне і швидке приготування.

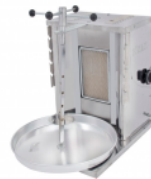
Для облаштування закладів швидкого харчування і вуличної торгівлі необхідні різноманітні грилі, поверхні для смаження, сковорідки, фритюрниці, чебуречниці, апарати для приготування шаурми, гарячого шоколаду, вафельниці, млинниці, сосисковарки, обладнання для попкорна, апарати корн-дог, преси для гамбургерів, печі для картоплі, мангали, кукурудзоварки, пончикові апарати та ін.

Такий вид фаст-фуду, як шаурма, останнім часом користується великою популярністю, особливо серед молоді. **Шаурма** (шаверма) – близькосхідна страва з піти або лаваша, начинених рубленим смаженим м'ясом (свинина, баранина, яловичина, індичатина або курятина) з додаванням спецій, соусів і салату зі свіжих овочів.

Апарат для приготування шаурми призначений для простого, швидкого та економічного приготування шаурми. М'ясо, приготоване на шампурі, що постійно обертається, рівномірно просмажується під дією нагрівальних елементів, це дозволяє зберегти всі корисні властивості м'яса й отримати неповторний смак. Готове м'ясо нарізається продавцем на дрібні шматочки і відразу ж використовується для приготування шаурми.



*Апарат для шаурми електричний*



*Шаурма на балонному газі, завантаження 10 кг*

Вони бувають газовими й електричними. **Шаурма газова** працює від балона з газом, **електрична** – від електромережі потужністю 220 В. Апарати приготування шаурми, в свою чергу, можуть вироблятися з електро- і ручним приводом. Перший самостійно обертає веретено з м'ясом (швидкість обертання – 2 оберти за хвилину) і дозволяє рівномірно просмажувати м'ясо без пригорання.

Однією з національних страв України (і не тільки) є млинці, які не втрачають своєї популярності. Останнім часом особливо популярні млинці (конвертики) з різноманітними начинками (курка, м'ясо, сир, сир, зелень, риба, овочі та ін). У виробничому масштабі приготувати смачні млинці здатні професійні **млинниці**.



Млинцеві апарати широко використовують в бістро, кафе, їдальнях, фаст-фудах тощо. Якісні млинниці виробляють із тефлоновим покриттям для уникнення прилипання або пригорання продукту. Апарат може мати 1 або 2 робочих поверхні. Тісто, призначене для млинців, рівними частинами рівномірно виливають на поверхню, розподіляючи спеціальною лопаткою. Для випічки млинців у млинниці не застосовують жодних жирів, що поліпшує якість готового продукту.

Сьогодні промисловість випускає апарати для випічки млинців круглої, квадратної, прямокутної форми, крім того, виробляють млинцеві стрічки для одночасної випічки великої кількості млинців. Існують млинниці електричні, газові, ручні, із 1- і 2-стороннім обсмажуванням, автоматичні і напівавтоматичні. Однак найважливішими показниками при виборі млинниці є кількість постів (робочих поверхонь), продуктивність за 1 годину, час випічки 1 млинця і протипригарні властивості апарата.

Для приготування гамбургерів потрібні сотні м'ясних котлет щодня. Це добре відомо власникам спеціалізованих підприємств. Щоб швидко й акуратно сформувати начинку, потрібний професійний **прес для гамбургерів**, що збільшує кількість видачі булочок з м'ясною/сирною начинкою. Використовуючи прес для гамбургерів, можна урізноманітнити асортимент продукції, додати нові позиції.





Цільове призначення пресу для гамбургерів – стиснення м'ясного фаршу до потрібної товщини з подальшою тепловою обробкою котлети для формування гамбургерів. Головні відмінності пресів: форма агрегату (кругла, квадратна), діаметр робочої ємкості (мм), наявність автоматичної упаковки для зберігання м'ясних виробів, система управління (механічна, електро), тип установки, розміри, матеріал з якого виготовлена техніка (сталь, алюміній).



**Хот-дог** – страва фаст-фуду, якою можна швидко, ситно і смачно перекусити, користується найбільшим попитом; складається зі здобної булки, сосиски, добре приправленої кетчупом, майонезом і салатом. Для швидкого обслуговування клієнтів необхідне спеціальне обладнання, яке одночасно варить сосиски і розігріває булки.

Ще одним прикладом обладнання для приготування фаст-фуду є **чебуречниці** та **сосисковарки**. Чебуречниці використовуються в закладах громадського харчування, виїзних точках тощо для приготування чебуреків, пиріжків, біляшів та інших напівфабрикатів, які обсмажуються в олії. Сосисковарки призначені для швидкого і ефективного варіння сосисок у виробничих масштабах.



*Сосисковарки*



*Чебуречниці*

Для приготування пончиків у виробничих масштабах використовують пончикові апарати, здатні виробляти до 600 пончиків за годину.

**Пончикові апарати** бувають автоматичними і напівавтоматичними (ручними). *Напівавтоматичні апарати* функціонують лише за участі оператора під час кожного етапу приготування виробів. Виробництво відбувається так: тісто, призначене для пончиків, заливається (засипається) в дозатор, який запускається вручну, внаслідок чого формується пончик, що потрапляє в олію. Обсмаживши з одного боку, оператор перевертає тісто, і воно обсмажується з іншого. Після цього

пончики за допомогою кулінарного пінцета вивантажують з апарата.

*Автоматичний апарат* виробляє пончики автоматично на всіх етапах. Для приготування виробів необхідно лише залити (засипати) тісто в дозатор, яким управляє електромеханічний привід. Попередньо у ванну заливається фритюр. Перевертання, як і вивантаження продукту, відбувається автоматично за допомогою спеціального механізму. Температурний режим в апаратах підтримується також автоматично.



*Пончиковий апарат з ручним управлінням*



*Дозатор пончиковий*

**Професійна піч для картоплі** використовується для запікання картоплі в спеціальній конструкції. Устаткування відносно нове на українському ринку, але стає дедалі популярнішим серед закладів громадського харчування (фаст-фуд, ресторани, бістро, кафе). Професійна піч для запікання дозволяє готувати ароматну, смачну картоплю у фользі за 30-40 хвилин, зберігаючи максимум корисних речовин. При цьому можна не використовувати олію або жир.

*Промислова піч для запікання картоплі* – це дво-/триярусна шафа з нержавіючої сталі. Деякі моделі оснащені верхньою тепловою камерою зі скляними дверима, що дозволяє тимчасово зберігати печену картоплю й оперативно подавати її гарячою відвідувачеві. Двоярусна піч виробляє при одноразовому завантаженні 10-15 штук готового продукту; триярусний прилад здатний випікати до 35 картоплин великих розмірів. Випускаються *газові* та *електричні* печі для картоплі.

#### **4.7. Обладнання для барів**

**Барне обладнання** – це комплекс технологічного обладнання для повноцінної роботи бару, до складу якого входить теплове, холодильне, допоміжне, електромеханічне та інше торгове обладнання.

Центральним місцем в інтер'єрі кафе, бару, ресторану, куди звертають увагу відвідувачі, є *барна стійка*, до вибору якої ставляться

особливо ретельно. Проте найголовнішою складовою є обладнання бару. В час сучасних технологій і в світі жорсткої конкуренції, кожен із цих закладів має відповідати вимогам, які висувають відвідувачі: наприклад, наявність широкого асортименту напоїв, льоду, можливість приготувати будь-який із коктейлів, фреш, не змушуючи при цьому клієнта довго очікувати.

Необхідним при підготовці до облаштування робочого місця бармена є його раціональне планування. Потрібно максимально полегшити роботу бармена, зробити так, щоб все необхідне обладнання було під рукою: станція бармена, барні комбайни, міні-холодильники/ морозильники, соковитискачі (в т.ч. автоматичні для цитрусових), сокоохолоджувачі, блендери, міксери, льодогенератори, льодоподрібнювачі, гранітори тощо.

**Основними елементами бару є:**

- *станція бармена* – створена для спрощення й підвищення ефективності роботи;
- *барні міні-холодильники/морозильники* (винний холодильник, холодильник-вітрина, шафа-холодильник і т.д.) прості в експлуатації і дозволяють відвідувачам максимально оглядати товар;
- *соковитискачі* призначені для отримання соків із фруктів та овочів, фрешу. Легко розбираються на складові для гігієнічного догляду;
- *сокоохолоджувачі* служать для охолодження соків і негазованих напоїв;
- *льодогенератор* виробляє лід, який використовується при оздобленні страв і як складова для багатьох коктейлів. Деякі льодогенератори потребують підключення до водопостачання і каналізації;
- *барний комбайн* включає в себе блендер, соковитискач і міксер.

Професійне **кавове обладнання** призначене для приготування кави в закладах громадського харчування. Тільки професійна кавоварка здатна приготувати високоякісну каву в різноманітних виконаннях: по-східному, еспресо, американо, капучино, рістрето, лате, макіято тощо.

Розрізняють два основні види кавомашин:

- **автоматичні професійні кавомашини** – дуже прості у використанні і не потребують спеціальної підготовки бариста. Вмонтований мікропроцесор визначає, коли потрібно засипати кавові зерна і наливати воду, автоматично очищає трубки від води, що застоюлася, і видаляє використані кавові таблетки. Всі задані параметри кавоварки можна зберегти в електронній пам'яті машини.

До того ж цей вид кавоварок має функцію обліку кількості приготованих чашок, що дуже корисно для контролю за роботою персоналу. Автоматичні кавоварки доцільно застосовувати в закладах із високою прохідністю, які регулярно відвідує велика кількість клієнтів;

- **напівавтоматичні професійні кавомашини** – мають менше функцій і додаткових опцій, ніж автоматичні, параметри міцності кави і кількість чашок вводяться вручну, також вручну можна подивитися кількість приготованих чашок, а очищати апарат від використаної води, кавової гущі і промивати деталі повинен обслуговуючий персонал.

Професійні кавомашини можуть відрізнятися і залежно від їхньої продуктивності (кількості краників для подачі кави): однопостові, двопостові, трипостові, чотирипостові, розраховані на одночасне приготування від 1 до 8 чашок кави.

Автоматичні кавомашини поділяються також за способом заповнення бойлера водою. Тут виділяють професійні кавомашини *заливного типу* (з ручним наповненням бойлера) і з *прямим підключенням кавомашини до водопроводу* (вони оснащені пристроями для автоматичного підтримування потрібного рівня води в бойлері). Враховуючи цю особливість, потрібно відзначити, що кавомашини комплектуються спеціальним фільтром для пом'якшення води, оскільки звичайна вода з крана, через вміст різних солей, не зовсім придатна для використання. Якщо кавоварка не має такого фільтра, для приготування кави рекомендується використовувати дистильовану воду.



*кавоварка  
трипостова  
автоматична*



*кавоварка для  
приготування  
фільтрованої  
кави*



*професійна  
автоматична  
кавомашина*



*кавоварка для  
приготування  
кави по-східному*

Поціновувачі кави стверджують, що лише з натуральної свіжозмеленої кави можна створити по-справжньому гідний напій, який гармонійно поєднує характер смаку і вишуканість аромату. Для цього в закладах громадського харчування (барах, ресторанах, кафе, кав'ярнях, кафетеріях, кондитерських) використовують **професійні кавомолки**, здатні приготувати каву високої якості в різних виконаннях

(еспreso, американо, лате, капучино, каву по-східному, рістрето, моко, макіято та ін.). Професійні кавомолки можна застосовувати як самостійний апарат, і разом із професійними кавомашинами, якщо пристрій кавомашини не передбачає вмонтованої кавомолки, або ж є потреба одночасно готувати різні сорти кави.

Деякі професійні кавомолки можуть бути обладнані двома незалежними моторами, які дозволяють одночасно працювати з різними сортами кави. Їх можна підключати до професійної кавомашини відповідного класу для автоматичного коректування величини помелу.



*електрична кавомолка,  
ємкість контейнера – 1 кг*



*кавомолка прямого помелу,  
ємкість бункера – 3,2 кг*

**Апарати для приготування гарячого шоколаду** призначені для того, щоб готувати не тільки гарячий шоколад, але й інші теплі напої (чай, каву, глінтвейн, гаряче молоко). Це надійне обладнання досить просте у використанні й дозволяє водночас приготувати близько 5 л напою.



*апарати для приготування гарячого шоколаду*

З допомогою професійного **блендера** можна приготувати коктейлі, соуси, підливи, заправки, пюре, паштети або фруктові джеми, змішати креми для тортів, подрібнити лід та ін.

Блендери бувають різні: за потужністю, за швидкістю, за об'ємом і типом склянки. Власникам барів обов'язково потрібний барний блендер, який відрізняється багатофункціональністю: блендер для барів може бути оснащений, наприклад, соковитискачем для цитрусових або міксером.



*різновиди блендерів*

**Барний комбайн** – незамінний електроприлад, як всередині приміщення (бару, кафе, ресторану), так і на відкритих майданчиках тощо.

Барні комбайни – найкомпактніше і універсальне обладнання, з легкістю змішує інгредієнти з будь-яких фруктів, готує повітряний коктейль і подрібнює лід. Барні комбайни поєднують функції відразу кількох видів устаткування.



**Льодоподрібнювач** (подрібнювач льоду, краш-мейкер) призначений для подрібнення льоду, виробництва льодяної крихти, яка використовується кухарями та барменами при приготуванні спиртних і безалкогольних коктейлів.

*професійні льодоподрібнювачі*



*горизонтальний*

*вертикальний*

**Міксери професійні** – широко використовуються в ресторанах, коктейльних, кафетеріях, барах і багатьох інших закладах громадського харчування. Використовуючи промисловий міксер, можна не тільки збити або приготувати коктейль, а й перемішати будь-які напої, приготувати шейки, збивати або подрібнювати інші м'які і рідкі продукти.

Міксер з чашею призначений для зручного, якісного і швидкого збивання коктейлів, шейків. Деякі промислові міксери з чашею включаються автоматично при опусканні утримувача в чашу і вимикаються під час її витягування.



*різновиди міксерів з чашею*

З допомогою **соковитискачів** можна швидко приготувати натуральні соки (так звані соки-фреш) з різних сортів ягід, фруктів і овочів.



*Напівавтоматичний гідравлічний прес для гранатів, грейпфрутів, винограду, динь тощо*



*Соковитискач для приготування фруктових та овочевих соків*



*Соковитискач для citrusових із комбінованою системою управління, швидкістю вичавлювання 14-16 фруктів на хв. і жолобом на 4-5 апельсинів*

При виборі соковитискача варто звернути увагу, на який вид фрешу робитиме ставку заклад харчування. Наприклад:

- якщо це сезонний пляжний бар або невеличкий літній майданчик, то варто зупинити свій вибір на соковитискачі для citrusових, адже в спеку найкраще втамовують спрагу кислуваті соки: апельсиновий, грейпфрутовий, лимонний;

- для несезонних кафе, їдалень і невеликих точок громадського харчування більше підійде соковитискач для твердих овочів і фруктів, який спеціалізуватиметься на яблучних, морквяних або томатних соках;

- для підприємств громадського харчування й елітних ресторанів – соковитискачі, як для citrusових, так і для твердих овочів і фруктів.

**Сокоохолоджувач** – це пристрій для охолодження, перемішування й розливання напоїв (соків, чаю та ін.). Застосовується в барах, кафе, ресторанах, магазинах із продажем напоїв на розлив. Як правило, вони займають мало місця, проте чудово демонструють товар, збуджуючи апетит (або спрагу).

Кількість і асортимент барного устаткування визначається величиною та спеціалізацією бару.

### **Запитання та завдання для самоперевірки**

1. *За якими критеріями розрізняють устаткування для теплової обробки продуктів? Назвіть види теплових апаратів за технологічним призначенням.*

2. *Охарактеризуйте теплові апарати за способом обігрівання, принципом роботи і ступенем автоматизації.*

3. *Назвіть вимоги, що висуваються до теплових апаратів, які використовуються в ресторанному господарстві.*

4. *Дайте характеристику теплового устаткування залежно від джерела тепла. Детально опишіть принципи роботи електричних та індукційних плит.*

5. *Охарактеризуйте газові плити і парові апарати, що використовуються в закладах ресторанного господарства.*

6. *Перелічіть види спеціалізованих теплових апаратів. Назвіть сфери їхнього застосування.*

7. *Які види грилів використовують у ресторанному господарстві? Назвіть сфери їхнього застосування.*

8. *Перелічіть інші види теплового обладнання для смаження продуктів у закладах ресторанного господарства.*

9. *Яке теплове устаткування використовується для зберігання готової їжі та приготування гарячих страв?*

10. *Назвіть та охарактеризуйте види холодильного обладнання закладів харчування.*

11. *Охарактеризуйте посудомийне обладнання закладів ресторанного господарства. Назвіть види посудомийних машин.*

12. *Перелічіть асортимент нейтрального кухонного обладнання підприємств харчування.*

13. *Назвіть операції технологічного процесу обробки продукції, які потребують застосування електромеханічного обладнання.*

14. *Охарактеризуйте очисне електромеханічне устаткування.*

15. *Назвіть різновиди апаратів для подрібнення і дайте їх характеристику.*

16. *Яке електромеханічне обладнання використовується для нарізання різноманітної продукції?*

17. *Назвіть види устаткування, що використовується в закладах швидкого харчування. Які критерії при їхньому виборі найважливіші?*

18. *Охарактеризуйте обладнання, необхідне для облаштування бару.*

19. *Дайте характеристику кавових машин. Назвіть їхні відмітні риси.*

20. *Назвіть види апаратів, необхідних для приготування фруктових, ягідних, молочних безалкогольних напоїв.*



## Тести для самоконтролю

1. За яким критерієм теплові апарати поділяють на універсальні і спеціалізовані?  
а) за технологічним призначенням; б) за способом обігрівання;  
в) за принципом роботи; г) за ступенем автоматизації.
2. За яким критерієм теплові апарати поділяються на безперервної дії та періодичної дії?  
а) за технологічним призначенням; б) за способом обігрівання;  
в) за принципом роботи; г) за ступенем автоматизації.
3. Вихідним параметром для плит вважається \_\_\_\_\_.  
а) кількість конфорок; б) площа жарильної поверхні;  
в) покриття жарильної поверхні; г) годинна продуктивність.
4. Основною характеристикою професійної газової плити є \_\_\_\_\_.  
а) кількість конфорок; б) площа жарильної поверхні;  
в) покриття жарильної поверхні; г) годинна продуктивність.
5. Головною відмінною рисою конвекційних печей від традиційних є \_\_\_\_\_.  
а) підтримання однакової температури в кожній точці продукту;  
б) зовнішній вигляд;  
в) використання насиченої водяної пари низького тиску;  
г) відсутність нагрівального елемента взагалі.
6. При використанні якого виду грилю не обов'язково щоразу використовувати сіль і спеції до кожної страви?  
а) водяного; б) контактного; в) лавового; г) тепаньякі.
7. Безконтактні грилі, призначені для швидкого приготування або розігрівання продуктів, називаються \_\_\_\_\_.  
а) саламандр; б) лавовими; в) тепаньякі; г) тостерними.
8. Для приготування картоплі фри та чіпсів на торгових точках фаст-фуду використовують \_\_\_\_\_.  
а) електросковорідки; б) грилі; в) фритюрниці; г) тостери.
9. Для короткочасного підтримання готових страв у нагрітому стані на кухнях і в залах ресторанів призначені \_\_\_\_\_.  
а) грилі; б) тостери; в) фритюрниці; г) марміти.
10. Для підтримання в теплому стані готових страв (зазвичай кондитерських) використовують \_\_\_\_\_.  
а) марміти; б) теплові столи; в) теплові вітрини; г) печі.
11. Для короткочасного охолодження й обробки продуктів, зберігання продуктів і напоїв при температурі від +2 до +8°C, а також для автоматичного розморожування продуктів використовують \_\_\_\_\_.  
а) робочі поверхні; б) робочі столи; в) холодильні столи.

12. Горизонтальне торгове обладнання, призначене для зберігання і демонстрації продукції за низьких температур, – це \_\_\_\_\_.  
а) холодильна вітрина; б) морозильна скриня; в) холодильні столи.
13. Професійне холодильне обладнання, за допомогою якого виробляють харчовий лід різноманітної форми та для різних потреб, називається \_\_\_\_\_.  
а) гранітор; б) льодогенератор; в) подрібнювач; г) морозильник.
14. Устаткування для приготування густих охолоджених десертів – це \_\_\_\_\_.  
а) гранітор; б) генератор; в) міксер; г) охолоджувач.
15. На підприємствах невеликих розмірів під стільницею чи барною стійкою встановлюють посудомийні машини \_\_\_\_\_.  
а) купольного типу; б) із фронтальним завантаженням;  
в) конвеєрного типу; г) універсальні.
16. Професійними посудомийними машинами найвищого класу вважають машини \_\_\_\_\_.  
а) купольного типу; б) з фронтальним завантаженням;  
в) конвеєрного типу; г) універсальні.
17. Місцем праці персоналу на професійній кухні вважається \_\_\_\_\_.  
а) робочий стіл; б) робоча поверхня; в) тепловий стіл.
18. Для очищення повітря від парів, олії, жиру, запахів на кухні ресторану призначені \_\_\_\_\_.  
а) вентиляційні шахти; б) зонти витяжні;  
в) вентилятори; г) кондиціонери.
19. Для очищення картоплі та інших коренеплодів у закладах громадського харчування використовують \_\_\_\_\_.  
а) бурякочистки; б) овочечистки; в) картопличистки.
20. З допомогою якого пристрою можна готувати різні види тіста, соуси, креми, муси, майонези тощо?  
а) комбайна; б) планетарного міксера; в) кухонного процесора.
21. Для нарізання гастрономічних продуктів на тонкі скибки, маючи при цьому можливість регулювати товщину скибок, призначені \_\_\_\_\_.  
а) слайсери; б) сирорізки; в) електричні ножі; г) м'ясорізки.
22. Машини для переробки м'яса, призначені для тонкого подрібнення м'яса і приготування фаршу при виробництві різних видів ковбас, сарделок, сосисок, паштетів, – це \_\_\_\_\_.  
а) кутери; б) комбайни; в) м'ясорубки; г) тендерайзери.
23. В якому пристрої поєднані функції кутера, овочерізки, м'ясорубки і міксера?  
а) в кухонному процесорі; б) в тендерайзері; в) у слайсері.

24. Який пристрій порівнюють із відбивним молотком і використовують для приготування шматків м'яса для антрекотів і відбивних?  
а) кутер; б) тендерайзер; в) слайсер; г) компресор.
25. Головним критерієм при виборі тісторозкатки є \_\_\_\_\_.  
а) тип приводу; б) довжина конвеєра і тісторозкатуючого валика;  
в) тип управління; г) розмір тісторозкатувальної машини.
26. Популярність закладів швидкого харчування серед інвесторів пояснюється \_\_\_\_\_.  
а) зростаючим попитом на таку продукцію;  
б) низьким порогом витрат входження на ринок і сприятливими термінами формування стабільного прибутку;  
в) правильною організацією роботи закладу швидкого харчування;  
г) підбором якісного обладнання для вуличної торгівлі.
27. Пересувні прилавки й візки, автофургони, павільйони й кіоски належать до ...  
а) вуличних закладів швидкого харчування;  
б) стаціонарних торгових точок;  
в) рухомих закладів швидкого харчування;  
г) спеціалізованих закладів фаст-фуду.
28. Найважливішими показниками при виборі професійних млинниць є \_\_\_\_\_.  
а) кількість постів (робочих поверхонь); б) продуктивність за 1 годину;  
в) час випічки одного млинця; г) протипригарні властивості;  
д) усі відповіді правильні.
29. Які кавові машини доцільно застосовувати в закладах з високою прохідністю?  
а) напівавтоматичні; б) автоматичні;  
в) еспресо-машини; г) електричні.
30. Для приготування кави в кавоварках без спеціальних фільтрів рекомендується використовувати \_\_\_\_\_.  
а) кип'ячену воду; б) дистильовану воду;  
в) газовану воду; г) відстояну воду.

## ТЕМА 5. СТОЛОВИЙ ПОСУД, ІНВЕНТАР, СПЕЦІАЛІЗОВАНЕ СТОЛОВЕ ПРИЛАДДЯ, БІЛИЗНА

- 5.1. Асортимент скляного і кришталевого посуду.
- 5.2. Столовий посуд із порцеляни.
- 5.3. Різновиди металевого посуду для ресторанів.
- 5.4. Асортимент столового приладдя для сервірування столів. Спеціальне столове приладдя.
- 5.5. Столова білизна.
- 5.6. Спеціалізований інвентар і предмети сервірування.
- 5.7. Устаткування, посуд та інвентар для барів.

Для організації бездоганного обслуговування в закладах ресторанного господарства, крім відповідних меблів, обладнання чи устаткування, повинен бути широкий асортимент столового посуду, приладдя, білизни та ін. спеціалізованого інвентаря в достатній кількості.

### 5.1 Асортимент скляного і кришталевого посуду

Ще в давнину ознакою особливої культури вважалося пригостання гостей напоями з келихів і склянок гарної форми. Сьогодні промисловість пропонує широкий вибір різноманітних склянок і келихів на будь-який смак, за будь-яку ціну. Якість скла визначається основним матеріалом, що входить до його складу, тональністю звучання, відбиттям світла, формою і міцністю стінок.

**Історична довідка.** В Західній Європі перший скляний посуд з'явився в Італії у м. Венеції. Скло виготовлялося за особливою технологією, від чого й отримало назву «венеціанського». Багато століть венеціанські майстри тримали в таємниці секрет його виготовлення.

**Залежно від технології виготовлення**, скло можна поділити на *гутне, пресоване та видувне*. *Гутне скло* (гута – це піч, в якій варять скло) отримують ручним способом. Майстер за допомогою довгої трубки набирає на її кінець трохи розплавленого скла і видуває виріб (келих, вазу тощо). Цей спосіб малопродуктивний, його використовують лише при виготовленні дорогих чи художніх виробів зі скла.

Механізація процесу видування скла дозволила налагодити масовий випуск доступного за ціною скляного посуду різних форм та об'ємів. Ще дешевший скляний посуд отримують методом *пресування*. Такий посуд масивніший, простіший за формою і витриваліший до механічних ударів.

**За складом скляної маси** посуд буває *кольоровим, безколірним* та *кристалю*. У ресторанах використовують безколірний скляний посуд

та з кристалю. Використання кольорового скла небажане, оскільки воно спотворює природний колір напоїв, до того ж офіціант не бачить, чи випив гість напій.

Для забезпечення якісного обслуговування важливо, щоб ресторан був забезпечений скляним посудом у кількості, передбаченій нормативами оснащення та у відповідному до категорії закладу асортименті.

**За формою** розрізняють склянки:

- *чашоподібні* – ніжка з основою і висока чаша;
- *шале* – ніжка з основою і плоска широка чаша;
- *келихи* – без ніжки і основи, але на плоскому міцному дні;
- *келихи на ніжках* – чаша переходить в міцну ніжку.

Вказані форми постійно видозмінюються. В усіх ресторанах і кафе найчастіше використовуються скляні келихи за принципом: «кожний напій має свій келих».

**Залежно від призначення** склянки і келихи поділяються на:

- *розливні* – це звичайні склянки високої міцності масового виготовлення. Більшість із них має товсті стінки, які легко запотівають. Розливні склянки призначені для різноманітних напоїв. Вони повинні мати стандартні розміри;

- *столові* – за якістю кращі за попередні, містять більше кристалічного скла (посуд для води чи келихи для різноманітних напоїв: пива, білого і червоного вина, південних вин, шампанського). Їх подають на комплексних обідах у ресторанах чи готелях;

- *настільні* – ці келихи кращі за якістю (виготовлені зі свинцево-кристалічного скла), різноманітніші за формами. Скло тонке; вони елегантні і завжди мають ручку. Використовуються і на святкових заходах (банкетах тощо).

Келихи і склянки можна також класифікувати і **за напоями**, які в них подаються:

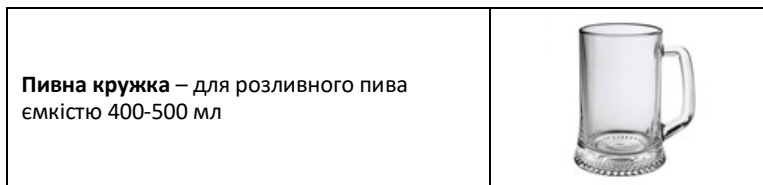


Рис. 5.1. Склянки і келихи для безалкогольних напоїв

- склянки і келихи, призначені для безалкогольних напоїв: води, лимонаду і молока (див. рис. 5.1.). Скляні вироби для води бувають розливні і настільні для простого і шведського столу. Їх виробляють із певного виду скла. Крім того, вони відрізняються від звичайних за формою, шліфуванням і технологією виготовлення. У сервісі використовуються для подачі різної води (питної, газованої, джерельної і мінеральної), а також інших видів безалкогольних напоїв. Келихи для води мають дві відмінні одна від одної форми, а саме – у вигляді чашки і склянок із ручкою;

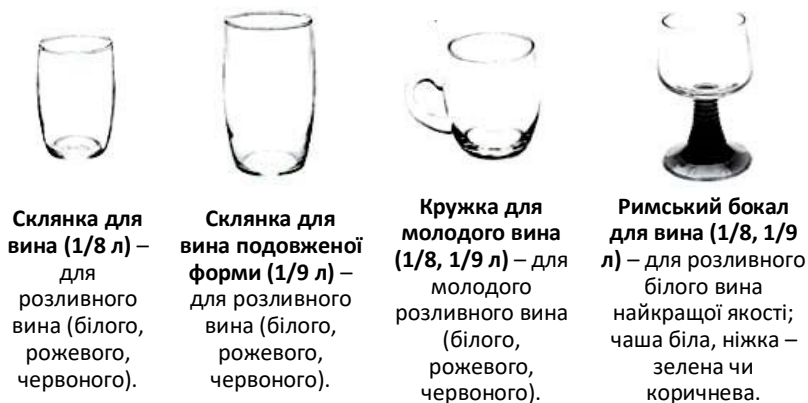
- склянки і кружки для пива використовуються для розливного і баночного пива, а також для шведського столу і пляшкового пива (див. рис. 5.2.):

<p><b>Пивна кружка з ручкою (Seidel)</b> – для розливного пива (зліва)  <b>Пивна кружка з ручкою (Krugel)</b> – для розливного пива (справа)</p>	
<p><b>Пивний бокал конусоподібний</b> (зліва) – для розливного і пляшкового пива.  <b>Пивний бокал-тюльпан</b> (справа) – для пляшкового пива, рідше – розливного.</p>	
<p><b>Високий пивний бокал, що розходиться догори</b> (зліва) – для розливного і пляшкового пива  <b>Літрова пивна кружка</b> (справа) – для розливного пива, подається в основному в пивних закладах (в біргартенах і бірштубах). Поширені переважно в Баварії (рідше – в Австрії)</p>	
<p><b>Пивний бокал на 0,3 л</b> – для розливного і пляшкового пива (зліва)  <b>Півлітровий бокал</b> – для світлого (пшеничного) пива (справа)</p>	
<p><b>Пивний бокал типу "наполеон"</b> (зліва) – для розливного і пляшкового пива  <b>Пивна чашка-шале (берлінська)</b> (справа) – для світлого берлінського пива.</p>	



*Рис. 5.2. Склянки і кружки для пива*

Існує багато форм стаканів, келихів і кружок для пива, а саме: у формі чашок, циліндрів, кубків, тюльпанів, коньячних чарок, що звужуються догори, високих бокалів, що розходяться догори, шале (так звана берлінська пивна кружка) і кружок із ручкою (в Австрії їх називають "глеками"), а також пивні кружки зі скла чи кераміки, іноді з кришечкою. Пивні стакани і кружки використовуються виключно для пива. Вибір необхідних для кожного сорту пива келихів, склянок чи кружок, що дозволяють максимально отримати задоволення від напою, дуже незначний. Обираючи бокал чи кружку, використовують основоположне правило: «чим тонший смак пива, тим тоншими мають бути стінки посуду»;



*Рис. 5.3. Основні типи склянок для вина*

- *келихи і фужери для вина* (див. рис. 5.3.) зазвичай поділяються на 2 типи: для розливного і пляшкового. Келих для вина має, як правило, тільки дві форми – римську і кубкову. Для першої характерні прозорі скляні келихи із довгою чи короткою, зеленою чи коричневою ніжкою; для другої – міцне скло і приземкувата товста ніжка. Сьогодні їх використовують переважно для розливного вина. Поряд із цими типами келихів існують

ще й інші: у формі кружок, склянок подовженої форми, кружок із ручками, які застосовуються на святах, презентаціях і в простих готелях.

**Основні відмінності винних келихів, призначених для червоного, рожевого і білого вина:**

- келихи для білих вин мають невелику чашу і достатньо високу ніжку, оскільки білі вина п'ють охолодженими. Невелика місткість келиха (100 мл) забезпечує те, що вино швидше випивається і не встигає нагрітися;
- для білих вин бажані келихи прямої і ледь витягнутої форми;
- для витриманих білих вин можна використовувати келихи тюльпаноподібної форми невеликої місткості;
- розміри келихів для рожевих вин аналогічні до розмірів келихів для білих, оскільки рожеве вино також п'ється охолодженим. Зазвичай вони молоді, свіжі, іскристі, тому краї келихів мають бути розвернуті;
- келихи для червоних вин, як правило, яблуко- чи тюльпаноподібної форми. Для кращого сприйняття аромату червоних вин ці келихи часто мають велику місткість (200-300 мл) і заповнюються приблизно до половини (зазвичай на 1/3);
- червоне вино вживають неохолодженим і воно може впродовж тривалого часу зберігатися в келиху, тому висота ніжки келиха не має великого значення;
- на відміну від келихів для білого вина, у них широка і глибока чаша, оскільки червоні вина в процесі бродіння отримують більше кисню і краще проявляють свої властивості.



**Форма яблука**

**Форма тюльпана**

**Пряма форма**

**Опукла форма**

*Рис. 5.4. Основні форми келихів*

На характер кожного сорту вин впливають розмір і форма чаші (див. рис. 5.4.). Існують різні форми: у вигляді яблука, тюльпана, з прямою чи опуклою лінією скла. Якщо келихи мають форму яблука чи тюльпана, то аромат вин майже не відчувається, оскільки за такої












форми він ніби поринає вглиб келиха. Тому цей посуд використовується здебільшого для важких насичених вин. Келихи прямої чи опуклої форми задумані, насамперед, для молодих ігристих білих та рожевих вин, букет яких не такий різкий.

Для подачі вермутів та інших міцних і десертних вин, які пропонуються як аперитиви, краще використовувати невеликі прямі чарки з чашечками жолудевої форми місткістю 75-90 мл.

Окрім узагальнених форм келихів для вина, у виноробних країнах Європи існує значно ширший асортимент посуду для цього напою, оскільки вважається, що стандартні келихи не передають всі тонкощі виноградних вин і не розкривають повною мірою отриманого в процесі виробництва букету. Наприклад, у Франції використовують різні келихи для вин із Бургундії, Бордо, Ельзасу, Провансу, долин річок Рони і Луари тощо.

**Чарки** використовуються для різних міцних алкогольних напоїв:

	<p><b>Коньячна чарка</b> Використовується для малої дози коньяку, має форму балону і велику поверхню випаровування, що підкреслює міцність алкоголю. Для дегустації подаються малорозмірні вузькі чарки. Призначена для коньяків типу V.S.O.P., молодих арманьяків, бренді, лікерів, кальвадосів, ромів, гарячих грогів.</p>
	<p><b>Коньячна чарка Snifter</b> або келих для бренді тюльпаноподібної форми – об'єм 75-450 мл; заповнюється не більше ніж на 1/3 об'єму. Призначений для коньяків, а також для арманьяків, кальвадосів і благородних лікерів тощо.</p>
	<p><b>Коньячна чарка для міцних вин і лікерів</b> Двох розмірів, але в обох випадках менші від великої коньячної чарки; призначена для міцних вин, а також для лікерів типу „Kummel” і монастирського лікеру.</p>
	<p><b>Чарка для напоїв „Grappa”</b> Для спиртних і міцних напоїв. В такій чарці втрачається міцність алкоголю; призначена для напоїв типу «Grappa», «Marc», для бренді «Trester».</p>
	<p><b>Чарка для кремових коктейлів</b> Для всіх видів коктейлів, що мають кремову консистенцію (із збитих вершків і лікерів).</p>

	<p><b>Чарки для лікерів</b> Для усіх видів лікерів. Об'єм – 25-35 мл. Призначені для лікерів, бальзамів, дорогих марочних коньяків, що подаються до чаю і кави.</p>
	<p><b>Чарка для портвейну</b> Для міцних і десертних вин. Об'єм 75 мл. Вузька висока чарка зберігає значний вміст алкоголю, аромат, як правило, не вивітряється. Підходить не лише для портвейнів, але й для мадери, мальвазії та вина Santo.</p>
	<p><b>Чарка-шале для коктейлів</b> Для всіх видів коктейлів.</p>
	<p><b>Чарка-шале для лікерів</b> Для всіх видів лікерів.</p>
	<p><b>Келих для кави по-ірландськи</b> Використовується для кави по-ірландськи та інших видів кави.</p>
	<p><b>Чарка для міцних фруктових наливок</b> різної місткості – використовується для фруктових напоїв із високим вмістом спирту, виготовлених із кісточкових плодів (вишень, абрикосів, слив тощо). Така форма чарки дозволяє розкрити фруктовий букет напою.</p>
	<p><b>Келих для коктейлів типу «сауер»</b> (100 мл) – кислих напоїв на основі лимонного соку, сиропу і міцного спиртного напою.</p>
	<p><b>Келих Харікейн</b> – використовується для екзотичних і тропічних коктейлів (об'єм – 450-480 мл)</p>
	<p><b>Келих для гарячих напоїв</b> (200-250 мл) – за рахунок зручної ручки у келиха його можна тримати, не обпікаючись. Тому такі келихи використовуються для гарячих коктейлів і напоїв.</p>

Окрім зазначеного посуду, в асортименті ресторанів повинні бути:

- *чарка горілчана* (об'єм 50 мл) – для горілки та гірких настоянок, а також для ординарних коньяків;
- *чарка рейнвейна* або *келих для білого вина* (об'єм не менше 100 мл) – для сухих білих і рожевих столових вин, які п'ють охолодженими;
- *чарка лафітна* або *келих для червоного вина* (125-250 мл) – для сухих червоних столових вин, які подають при кімнатній температурі; келих наповнюють не більше ніж на 2/3 об'єму;
- *келих для шампанського* (об'єм 150 мл) – може бути високим і вузьким або як широка чаша;
- *келих для води* (об'єм 250-300 мл) – для мінеральної та іншої питної води, також може використовуватися для подачі пива;
- *висока вузька склянка* (250-300 мл) – для фруктових напоїв і соків;
- *чайна склянка* (об'єм 250 мл) – для подачі чаю в підстаканнику, морсу, соку, кефіру, що подаються на сніданок;
- *полумиски* для фруктів та натуральних овочів;
- *тарелі округлі* для подавання тортів, тістечок, натуральних овочів;
- *менажниці різні* (тарілки з перегородками) – для подавання салатів; овочів, соленого печива, горішків;
- *салатниці* (1, 3, 6, 12 порцій) – для подавання салатів, маринадів, солінь, різних десертів, горішків та ін.;
- *цукерниці* різні – для подавання цукерок, дрібного печива;
- *цукерниці* – для подавання цукру;
- набори для подавання варення, джему, меду та ін.;
- *вази глибокі* – для подавання фруктів;
- *вази багатоярусні* – для подавання фруктів, печива, тістечок;
- *вази крющонні* – для приготування та подавання крющонів;
- *гличики скляні* (500, 1000, 1500 мл) – для подавання соків, крющонів, морсів, квасу та ін.;
- *карафи* різні (100, 250, 500, 1000 мл) – для подавання лікерів, наливок, настоянок, старих вин;
- *карафи-декантери* – для подавання витриманих червоних вин із винних погребів і портвейнів (особливо для вин урожаю поточного року);
- *креманки* на низьких і середніх ніжках – для подавання солодких страв;
- *десертниці* різні – для подавання десертів і солодких страв;
- *креманки-бокали* – для подавання фірмових солодких страв.

Промисловість нині пропонує широкий асортимент скляного і кришталевого посуду на будь-який смак і тематику.

## 5.2. Столовий посуд із порцеляни

Якість, варіанти використання та оздоблення посуду залежать від особливостей того чи іншого закладу сервісу.

Порцеляна була винайдена в Китаї. Багато століть китайці оберігали секрет її виготовлення, який розкрили лише в другій половині минулого століття. А в Європі центром її виготовлення стала Німеччина.

Посуд виготовляється зі спеціальної маси, покривається емаллю і випалюється в печах. Випалений один раз він називається **фаянсом**, а **порцеляна** випалюється двічі, вона міцніша, тонша і має більш вишукані форми.

Залежно від закладу може використовуватися різний порцеляновий посуд. Важливими критеріями вибору порцелянового посуду в *простих закладах* є його міцність, твердість і мета використання (що означає невисокі вимоги до її складування, незначні площі для зберігання тощо). Крім того, посуд потрібно орієнтувати під чітко визначені види страв. Переважно тут використовують або цінний посуд, що не б'ється, або недорогого порцеляну. Набір посуду обмежується такими основними формами, як супові, м'ясні тарілки і тарілки для десерту.

На *великих підприємствах сервісу* з вищими вимогами потрібно стежити за якістю порцеляни, посуд добирають ретельно, звертаючи особливу увагу на його міцність і можливості використання для різних потреб. Разом із основними типами посуду, тут пропонуються і спеціальні чашки для бульйону, тарілки для хліба та ін.

У *закладах типу «люкс»* доречно використовувати порцеляновий посуд найвищої якості, застосовуючи його при подачі особливих ексклюзивних страв. Підприємства цієї категорії використовують нові і нестандартні форми порцелянових виробів.

Однак ніякі замітники не можуть змагатися з красою порцеляни, тому ресторани категорії «люкс» та «вища», як правило, укомплектовуються традиційним порцеляновим посудом.

### **Посуд для сервірування столів та подавання страв**

- тарілка для ікри – Ø 150 мм (для подавання чорної паюсної та лососявої ікри);
- тарілка пиріжкова – Ø 175 мм (для хліба, грінок, пиріжків);
- тарілка закуочна – Ø 200 мм (для всіх видів закусок);
- тарілка десертна – Ø 190, 200 мм (для солодких страв, кондитерських виробів і фруктів);
- тарілка глибока десертна – Ø 200 мм (для подавання солодких

каш і десертів, що мають рідку консистенцію);

- *тарілка столова мілка* – Ø 240-270 мм (для подавання всіх других страв);

- *тарілка столова глибока* – Ø 240 мм (для подавання перших страв об'ємом 350-500 мл).

За європейськими стандартами розміри цих тарілок дещо більші (на 2-3 см) від прийнятих у нас. Це пояснюється більшою вагою порцій, що споживаються в цих країнах.

Всі ці тарілки входять у попереднє сервірування столів до сніданку, обіду та вечері, різних видів банкетів.

#### ***Посуд для подавання страв***

- *таріль округла* – Ø 350-420 мм (6-12 порцій) – для подавання холодних закусок із м'ясопродуктів та овочів;

- *таріль овальна* – довжиною 350-420 мм (6-12 порцій) – для подавання холодних закусок із риби;

- *лоток для оселедців* (різних розмірів);

- *лоток для шпротів* і рибних консервів;

- *лоток для подавання лососевої ікри*;

- *менажниця* (таріль із перегородками) різних розмірів – для подавання маринованих овочів;

- *соусники* різні (1, 3, 6, 12 порцій) – для подавання холодних соусів;

- *хрінничка/гірчичниця* – для подавання відповідних приправ;

- *салатниця* (1, 2, 3, 6, 12 порцій) – для подавання різних салатів, маринадів, солінь;

- *супниця* (6-12 порцій) – для подавання перших страв у загальному посуді;

- *вази для фруктів, салатів, печива, кондитерських виробів.*

#### ***Посуд для подавання чаю, кави та перших страв***

- *чайники доливні* (1,0-1,5 л) для подавання окропу до чаю;

- *кавники* (0,5-1,0 л);

- *чайники для заварювання чаю* (350-500 мл);

- *вершківниця* (50-100 мл) – для гарячих вершків до кави;

- *молочники* (100-150 мл) – для гарячого молока до кави або чаю;

- *маслянка* – для подавання вершкового масла до сніданку;

- *склянка для молока* (200 мл);

- *цукерничка* (350-500 мл) – для подавання цукерок;

- *блюдня кавові, чайні* відповідного діаметру;

- *розетки* різні – для подавання меду, цитрини, варення, джему;

- *горнятка кавові* (90-100 мл) – для подавання міцної кави;

- *горнятка кавові* (150 мл) – для подавання кави з молоком;
- *горнятка чайні* (190-200 мл) – для подавання натурального чаю;
- *горнятка чайні* (250 мл) – для подавання чаю з додатками;
- *чашки супові з 2 вушками* (350 мл) – для подавання перших страв;
- *чашки бульйонні високі з одним вушком* (350 мл).

Залежно від концепції закладу ресторанного господарства добирається відповідний асортимент посуду із порцеляни чи фаянсу.

### 5.3. Різновиди металевого посуду для ресторанів

Для домашніх потреб металевий посуд спочатку виготовлявся з міді, а багатії насолоджувалися посудом зі срібла й золота. Однак він був дорогий і непрактичний для використання в закладах харчування. Тому подавали страви в керамічних мисках і тарелях, а з винайденням різних сплавів, почали застосовувати для виготовлення посуду нержавіючу сталь і мельхіор (сплав міді та нікелю). Заклади харчування низьких категорій користувалися металевим посудом із алюмінію. Сьогодні промисловість виготовляє металевий посуд для ресторанів із різноманітних сплавів, до складу яких входять цінні метали, зокрема нікель, срібло і навіть золото.

Цей вид посуду призначений для приготування й транспортування страв із виробництва до залу. Він легко нагрівається та охолоджується, що дозволяє подавати споживачеві страви визначеної температури. В асортименті ресторанів можуть бути:

- *таріль округла* (6, 12 порцій) – Ø 350, 420, 500 мл (для подавання других страв і гарячих закусок з м'яса, дичини й овочів);
- *таріль овальна* (1, 3, 6, 12 порцій) – довжиною 240, 350, 420 мм і більше (для подавання других страв, гарячих закусок, риби, цілого порсяти тощо);
- *баранець округлий* (1, 6, 12 порцій) виготовляється з кришкою – для подавання других соусних страв із м'яса;
- *баранець овальний* (1, 6, 12 порцій) виготовляється з кришкою – для других соусних страв із риби;
- *супові миски* об'ємом 500 мл – для приготування порційних перших страв;
- *кокотниці* (каструлька з однією ручкою – об'єм 100 мл) – для подавання гарячих соусних закусок із м'яса, субпродуктів, овочів, грибів;
- *кокильніці* (морська раковина) – для подавання гарячих соусних закусок із риби і рибопродуктів (крабів, омарів, креветок і т. д.);
- *кроншель* (порційна сковорода з 2-ма ручками) – для приготування й подачі смажених і запечених закусок із яєць, м'яса, борошна;

- *соусниці* (1, 2, 6, 12 порцій) – для подавання гарячих соусів до страв;
- *чашки супові* (350 мл) – для подавання перших страв до столу;
- *сковорідки однопорційні* – для приготування яєчні, суфле, омлетів;
- *ікорниці* (різні) – для подавання осетрової ікри;
- *креманки* на низькій металевій ніжці для подавання морозива;
- *набори для спецій* з 2-х, 3-х, 4-х, 5-ти та 6-ти предметів;
- *менажниці* (тарелі з перегородками) різних розмірів – для подавання спеціальних страв;
- *цукернички* – для подавання цукерок, печива;
- *вази* одно-, дво- та триярусні для фруктів;
- чайники, кавники, вершківниці;
- *каструльки-турки* (джезва) (об'єм 100-500 мл) – для приготування і подачі кави по-східному;
- різноманітні *таці* (підноси) – для транспортування продукції з кухні, сервірування й обслуговування, подачі сніданку в номер, подачі рахунків та ін.;
- *відерця* для шампанського та подавання льоду до коктейлів.

#### **5.4. Асортимент столового приладдя для сервірування столів.**

##### **Спеціальне столове приладдя**

Для сервірування столів у закладах ресторанного господарства передбачений широкий асортимент столового приладдя, призначеного для споживання різних страв, закусок, десертів тощо. Його виготовляють із різних матеріалів: із хромованої (т.зв. нержавіючої сталі); з хромонікелевої сталі (благородних сортів), що є твердішими за попередні; із благородних видів сталі з добавками срібла; зі срібла; зі срібла з додаванням золота; із золота.

Столові прибори поділяються на *основні* та *допоміжні*. До **основних** належать столові (виделка, ніж, ложка), закусочні (виделка, ніж), рибні (виделка, ніж), десертні (виделка, ніж, ложка), чайна і кавова ложки, а також фруктові прибори (виделка, ніж), що рідко використовуються. **Допоміжні** (спеціальні) прибори такі: ніж-виделка для нарізки і розкладки сиру, ніж для масла, приладдя для оброблення ракоподібних, виделки для устриць і равликів, ложка для салатів, щипці для цукру, льоду, спаржі, горіхів. Рідше застосовуються паштетна лопатка, лопатка для ікри, виделка для розкладки оселедця, ложка фігурна та деякі інші.

У ресторанах типу «люкс» у більшості випадків використовуються всі види столових приборів, які може запропонувати ринок. Матеріали,

з яких вони зроблені, і їх форма в кожному закладі такого типу мають свою особливу відмінність. Палітра столових приборів тут найрізноманітніша – від срібних до золотих. Для кожної страви пропонуються навіть свої спеціальні види.

**Обов'язковими** в ресторанах вважаються:

- *столовий набір* (виделка, ніж, ложка), розмір по ножу 240 мм (використовують при споживанні страв з м'яса та риби);
- *рибний набір* (виделка, ніж-лопатка), розмір по ножу 200-240 мм;
- *закусочний набір* (виделка, ніж), розмір по ножу 200 мм (використовують при споживанні закусок і десертів);
- *десертний набір* (виделка (може мати три зубці), ніж, ложка), розмір по ножу 180 мм;
- *фруктовий набір* (виделка, ніж), розмір по ножу 150 мм;
- *чайні і кавові ложки* різних розмірів.

*Примітка:* товаровиробники часто зменшують або збільшують вказані стандартні розміри приладдя. В європейських ресторанах застосовують уніфіковані прибори. Однак дорогі ресторани дотримуються старої класифікації і використовують весь відомий асортимент столового начиння.

### Спеціальне столове приладдя

<p><b>Ніж для відкривання устриць</b> із допомогою чи без спеціальних захисних рукавичок.</p>	
	<p><b>Виделка для устриць</b> використовується разом із кавовою ложкою, призначеною для коктейлів зі свіжих морепродуктів, які подаються в чашках; розмір близько 15 см.</p>
<p><b>Ложка для бульйону</b> (для супів, що подаються в спеціальних бульйонних чашках); розмір 16-17 см.</p>	
	<p><b>Ніж для масла</b> – для сервірування сніданків; для звичайного чи святкового сервірування; може використовуватися для ікри, якщо відсутній спеціальний ніж; розмір ≈17 см.</p>
<p><b>Ложка для консоме</b> – для супів, які подаються в чашках для консоме; розмір 14-15 см.</p>	













	<p><b>Ложка для некрутих яєць</b>, що подаються на сніданок; перламутрова, з твердої пластмаси чи з рогу, але в жодному разі не зі срібла чи металу, вкритого сріблом; розмір приблизно 11 см.</p>
<p><b>Ложка для морозива</b> і страв, виготовлених із нього; розмір приблизно 18 см.</p>	
	<p><b>Виделка для риби</b> – для рибних страв, які легко розбираються, а також для страв із риби з лускою чи морських продуктів у шкаралупі; розмір близько 18 см.</p>
<p><b>Ніж для риби</b> – для рибних страв, які легко розбираються, подається разом із виделкою для риби (його не можна використовувати при подачі страв із лосося (приготованого на парі), простого лосося, оселедця під маринадом, малосольного оселедця, парного чи маринованого вугра), а також використовується при подачі страв із риби з лускою і морських продуктів у шкаралупі; розмір 19-21 см.</p>	
	<p><b>Подовжена виделка</b> – для усіх видів фондю (м'ясного, сирного і шоколадного та ін.).</p>
<p><b>Ніж для цитрусових</b></p>	
	<p><b>Ложка для цитрусових</b> – для видалення м'якоти цитрусових</p>
<p><b>Виделка чи шпатель для омарів</b> – для розбирання омарів, лангустів і крабів; розмір приблизно 23 см.</p>	
	<p><b>Щипці для омарів</b> – для розколювання шкаралупи і розбирання кінцівок омарів, лангустів, раків і крабів; розмір ≈20 см.</p>
<p><b>Ложка для ікри</b> – для вилучення ікри з маленьких скляних вазочок; зроблена з рогу чи перламутру, щоб не спотворювався тонкий смак ікри; розмір ≈20 см</p>	
	<p><b>Ніж для ікри</b> – для намащування ікри на бутерброди-тости чи млинці; зроблений із рогу чи перламутру; розмір ≈20 см.</p>
<p><b>Виделка для крабів</b> – для розбирання крабів (кладається разом із ножем); розмір ≈18 см.</p>	

	<b>Ніж для крабів</b> – для розбирання крабів (кладеться разом із виделкою); розмір ≈18 см.
	<b>Ложка для лимонаду</b>
	<b>Щипці та виделка для равликів</b>
	<b>Щипці для спаржі</b>
<b>Ніж-штир для кукурудзяного качана</b>	

### *Приладдя для нарізання і розбирання*

<b>Ніж для м'яса-стейк</b>	
<b>Ніж для розділювання печені і великих шматків піци.</b>	
<b>Виделка для розділювання печені і великих шматків піци.</b>	
<b>Ніж для розбирання сирих ніжок і сирого окосту.</b>	
<b>Ніж для розбирання свіжого лосося та осетра.</b>	
<b>Ніж для нарізання хліба</b>	
<b>Ніж і виделка для попереднього розбирання риби – для шинкування рибного філе і розбирання великих риб.</b>	
<b>Ложки для салатів – для змішування компонентів салатів у великій мисці; для розкладання салатів.</b>	
<b>Щипці для салату – для подачі салатів.</b>	
<b>Щипці кондитерські</b>	

<p><b>Ложка для розливання супів</b> по супових тарілках, бульйонних чашках чи чашках для консоме.</p>	
<p><b>Ложка для соусів</b> – для наливання соусів по тарілках.</p>	
<p><b>Щипці для печива</b> – для подачі випічки і тістечок; розмір приблизно 17 см.</p>	
<p><b>Лопатка для тортів</b> – для роздачі шматочків торта; розмір ≈23 см.</p>	
<p><b>Щипці для цукру</b>; розмір ≈17 см.</p>	
<p><b>Ножиці для винограду</b> – для відокремлення грон та окремих ягід винограду; розмір ≈15 см.</p>	
<p><b>Ніж для сиру</b> – для нарізання сиру на спеціальній дошці.</p>	
<p><b>Ніж для м'якого сиру</b></p>	
<p><b>Дротяний різак для сиру</b></p>	
<p><b>Лопатка для сиру</b> – для перекладання сиру та поділу його на порції.</p>	

## 5.5. Столова білизна

Якщо полотняні серветки стали частиною французького етикету в XIII ст., то скатертини існували набагато раніше. Згадаймо слова колядки: «Застеляйте столи, та ще й килимами!» Так, саме килимами тонкої роботи накривали столи в будинках знаті. Інші дослідники наводять дані про те, що до виникнення скатертин широко застосовувались шалі та барвисті хустки. Звичайно, це були коштовні речі і для закладів харчування їх використання було б надто дорогим.

Найпрактичнішою тканиною, з якої виготовляють скатертини, є **льон**. Розвиток ткацтва дозволяє сьогодні виготовляти льняні тканини як простого (простирадловий льон), так і декоративного ткання

(жакардовий льон). Найбільш розповсюджені в закладах ресторанного господарства скатертини з жакардового льону.

Серед столової білизни **в асортименті повинні бути:**

- *мольтони* – це нижні покривала з фланелі, тонкої повсті або штучної тканини з прогумованим покриттям, які стеляться безпосередньо на столи для захисту їхньої поверхні від дії рідини і гарячих страв. Вони також перешкоджають ковзанню і зсuvуванню скатертин і забезпечують безшумне обслуговування столів. Завдяки їм скатертини служать довше;

- *скатертини*, що відповідають формі та розмірам столів і звисають з усіх боків на 25-35 см. В урочистих випадках застеляють довгі і широкі скатертини до підлоги. Зверху настеляють великі серветки;

- при накритті столів для банкету широко використовують так звані фуршетні «спідниці» – тканину, яка вкриває стіл від стільниці до підлоги. За потреби вони дозволяють моделювати столи залежно від того, що святкується, і кількості гостей, допомагають з'єднати кілька столів в один. Головний елемент фуршетної «спідниці» – складки, до яких можна додати різноманітні декоративні елементи. Дуже зручні для кейтерингових компаній, коли потрібно розставляти і декорувати столи безпосередньо на місці;

- *серветки-покривала* – це великі серветки, які за виглядом, кольором і якістю підбираються під скатертину і використовуються для того, щоб накривати плями і забруднення. Тепер такі серветки використовуються і для прикраси накритих столів. Їхня форма зазвичай квадратна або кругла;

- *гостьові серветки* – мають подвійну функцію: прикрашають стіл, служать для захисту одягу і для обтирання рота. Ці серветки повинні бути з того ж матеріалу, що і скатертину. Серветки мають квадратну форму і розміри від 40×40 см до 60×60 см;

- *ручники офіціантські* – використовуються для подачі страв і обслуговування. Найчастіше прямокутної форми розміром 40×80 см;

- для полірування столового посуду в ресторані потрібно мати достатню кількість *рушників*.

На скатертинах або на частині полотна може бути витканий логотип закладу харчування, емблема або інші елементи художнього оформлення (вишивка, витканий узор тощо).

В сучасних умовах розвитку ресторанного бізнесу столова білизна та її дизайн значно змінилися. Пропонується різнобарвна кольорова гама: класичні кольори; пастельні і насичені яскраві та темні кольори, тканини з малюнком чи орнаментом (рослинний, геометричний), різнокольорова «клітинка» різних розмірів тощо. Основними формами скатертин є квадратні, прямокутні, овальні, круглі.

Сьогодні в закладах ресторанного господарства часто надають перевагу скатертинам із штучних і спеціально оброблених натуральних тканин, що мають волого- та жировідштовхувальні властивості. Наприклад, поширені однотонні скатертини із поліестеру з одностороннім малюнком, що мають плямозахисне просочування (тефлон). При дотриманні правил користування, прання (за температури не вище 40°) і прасування (за температури, що не перевищує 100°, зі зворотної сторони), вони тривалий час не втрачають кольору, довше служать, є гігієнічними, зручними в догляді і при цьому мають святковий вигляд, незважаючи на щоденне прання.

Столова білизна має бути чистою, добре випрасуваною. Скатертини складають по довжині, пропрасовують основну складку, знову складають удвічі по довжині, потім удвічі поперек. Серветки складають один раз. Зберігають столову білизну на стелажах у білизняній.

### **5.6. Спеціалізований інвентар і предмети сервірування**

Для бездоганної організації сервісу у закладах ресторанного господарства класу «люкс» і «вищий» передбачені й інші предмети сервірування найрізноманітнішого призначення. Зазвичай вони виготовлені із високоякісного металу, проте бувають і дерев'яними чи скляними.

Серед різних предметів сервірування варто назвати:

- *кошик і підставку для устриць «plat»* – виготовлені з металу, призначені для подавання устриць та інших морепродуктів, встановлюється на спеціальній підставці;
- *корзинки для хліба* різних розмірів і форм;
- *кошик для декантації* – для витриманих вин, що зберігаються в підвалі; не повинен бути плоским, щоб не розлилося вино;
- *чашу для миття пальців* – використовується після того, як відвідувачі брали раковини, панцирі та ін.;
- *ванночку для риби* – використовується на прийомах чи презентаціях при споживанні відварної риби;
- *сервірувальний візок* (на коліщатах) – служить для подачі страв

і напоїв, а також для прибирання посуду, тарілок і приладдя;

- *бар-візок* – відрізняється від звичайних сервірувальних візків наявністю утримувачів для пляшок або гнізд для пляшок, іноді є утримувачі для келихів і чарок;

- *настільний підігрівач* (тарілок, страв) – нагрівається електрикою, або сухим спиртом і встановлюється на стіл (використовується для дотримання відповідної температури гарячих страв);

- *буфетний підігрівач* – обладнаний водяною банею зі спиртовим або електричним підігрівом для тривалого зберігання гарячої їжі;

- *соусний підігрівач* – складається з тринogi зі спиртівкою і горщика для соусів і різних «фондю» (сирних, шоколадних). Для останніх використовуються спеціальні керамічні горщики;

- *карусельний соусний підігрівач* – оснащений утримувачем для посудин із різними соусами;

- *віничок і совок для столу*, що виготовляються з різних матеріалів (совок зазвичай із металу) – для прибирання крихт зі столу;

- *урни для відходів за столом* (з фаянсу або пластика) – необхідні під час сніданків, коли звільняються різні упаковки від масла, мармеладу, сирків, меду, сметани, хлібців і т.д.;

- *самовар електричний* – для організації чаювання тощо.

Серед іншого спеціалізованого посуду чи устаткування в закладах ресторанного господарства можуть бути різноманітні пристосування для відкорковування пляшок, спеціальний посуд із кришкою для подавання тертого пармезану, мармеладу чи меду, охолоджувач ікри, піраміди для фруктів чи інших десертів, утеплювачі тарілок та іншого посуду, млинки для солі чи перцю, підігрівачі для соусів чи вершкового масла, сковорідки з комірками для запікання морепродуктів зі шкаралупою, термоси для охолодження напоїв, столові підсвічники, тостери-утримувачі, підставки для зубочисток та ін.

### **5.7. Устаткування, посуд та інвентар для барів**

У торговому приміщенні бару основним видом устаткування є **барна стійка**, форма якої залежить від його конфігурації (може бути виконана у вигляді літер Г або П). У барах, що працюють у вечірні або нічні години, краще встановлювати стійки у вигляді підкови або хвилястої форми. Це дозволяє створити приємну, дещо незвичну атмосферу для відпочинку.

Кількість місць за стійкою завжди залежить від розміру залу. Сидіння розташовують за стійкою так, щоб відвідувачі не заважали один одному. Довжина і глибина сидіння складають 400 мм; висоту (від 670 до 1200 мм) визначає висота барної стійки. Підніжки кріплять до стійки або до сидінь на відстані 440 мм від поверхні сидіння. Ширина робочого столу барної стійки дорівнює 600 мм.

Всі бари мають бути обладнані холодильними шафами і прилавками, вмонтованими в барну стійку. На робочому місці бармена (див. рис. 5.5.) можна встановити фризер для виготовлення м'якого морозива, соковитискач. Автоматичні кавоварки встановлюють на стійці або за нею. Тут же іноді встановлюють тостер для підсмажування шматочків хліба, роoster для підсмажування порційних шматочків м'яса.



Рис. 5.5. Робоче місце бармена

Підсобне приміщення бармена обладнують холодильною шафою, льодогенератором, стелажми для зберігання продуктів. Тут також передбачають місце для мийки посуду.

Якщо при барі є виробничі приміщення (кухня, холодний цех), то в них встановлюють ті ж види устаткування, що й у приміщенні кухні для приготування холодних закусок і нескладних других страв.

Добре обладнані бари пропонують відвідувачам напої на будь-який смак. Умовам такого сервісу повинні відповідати різноманітні види келихів, склянок і чарок. Виготовлені з тонкого елегантного скла, вони підсилюють приємний вплив напоїв і, крім того, надають їм гарного зовнішнього вигляду. З цією метою кожний келих має певне призначення, іншими словами, його форма повинна відповідати певному напою. Поряд із зазначеними вище типами **келихів і склянок для барів** мають значення такі їхні різновиди:

**Тумблери** – це звичайні келихи із важким дном, що, з одного боку, підвищує їхню міцність і стійкість, а з іншого – залишає напій прохолодним упродовж тривалого часу. Існує 6 різновидів тумблерів:



1) *чарка* – для горілки, шнапсу, міцних алкогольних напоїв без льоду (місткість 50 мл);

2) *малий тумблер* – призначений для плодкових чи овочевих соків, спиртних напоїв із льодом, віскі з льодом (125-150 мл);

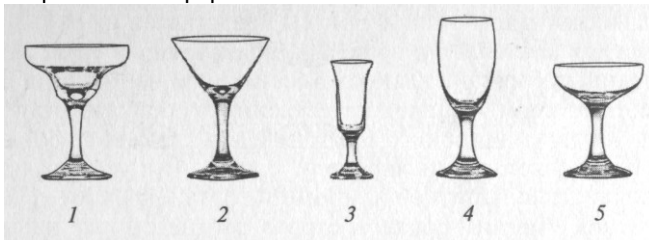
3) *середній тумблер* – призначений для води, холодного чаю, холодних пуншів, кави-глясе (200 мл);

4) *великий тумблер (Highball)* – призначений для коктейлів Highball, напоїв із додаванням великої кількості подрібненого льоду, віскі з содовою (250-300 мл);

5) *склянка Collins* – призначена для однойменних коктейлів, лимонаду, пива (320-400 мл);

6) *старомодна склянка Old-fashioned* – невисока, ширша від маленького тумблера – призначена для всіх напоїв, змішаних в міксері, в тому числі і спиртних, для віскі з льодом (250 мл).

Більшість класичних коктейлів у барах подають у чарках, келихах, фужерах оригінальної форми.








1 – келих «маргарита»; 2 – чарка коктейльна «мартіні»; 3 – чарка «кордіал»;  
4 – чарка «сауер»; 5 – чаша для шампанського

Так, келих «Маргарита» призначений для подавання коктейлів на основі текіли, в чаші для шампанського – подають коктейлі на основі шампанського (чи ігристих вин), в коктейльній чарці «мартіні» – напої, де у складі джин і вермут, в чарці «кордіал» – коктейлі з лікером, в чарці «сауер» – однойменні коктейлі на основі цитрусових соків.



Для приготування коктейлів потрібний різноманітний **інвентар**:

<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>відерце для льоду</i> – для зберігання шматочків льоду і подачі їх до столу відвідувача, а також зберігання льоду для бармена;</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>відерце-охолоджувач для вина і шампанського</i> – призначене для охолодження білих, рожевих ігристих вин і шампанського, а також для подачі охолоджених ігристих вин і шампанського;</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>дошка для оброблення фруктів</i></li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>електроміксер блендер</i> – з трьома швидкостями обертання; призначений для приготування багатокомпонентних напоїв на основі молока, вершків або соків і для напоїв з яйцями або з ячним білком, наприклад, коктейлів Frozen Daiquiri, Mikshakes, Frappes, Egg-Nogs, Flips;</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>кавоварка</i> – для приготування кави по-ірландськи;</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>карафа для вершків і молока</i>;</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>карафа для плодкових і овочевих соків</i> – призначена для всіх свіжовичавлених або консервованих фруктових і овочевих соків, а також сиропів, що використовуються в барі;</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>квірль «swizzle-stick»</i> – спеціальний пристрій для видалення газів з напоїв, що їх містять (наприклад, сухе або солодке шампанське);</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>келих для води (water-pitcher)</i> – для напоїв, які п'ють з водою;</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>келих-змішувач (mixig glass)</i> – призначений для виготовлення коктейлів з невеликою кількістю інгредієнтів. Напій готують шляхом переміщення келиха вгору-вниз і справа наліво;</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>комплект виделок</i> – додається до комплекту тарілок;</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>комплект загострених паличок</i> – використовується як доповнення до комплекту тарілок;</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>комплект ножів для цитрусових</i> – призначений для шинкування плодів; додається до комплекту келихів;</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>комплект щипців</i> – для захоплення плодів, що подаються до коктейлю, а також як доповнення до комплекту келихів;</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>ложка для льоду (ice-spoon)</i> – з отворами для того, щоб виливалася вода з дрібними частинками льоду, і зубчиками, що допомагають витягувати шматочки льоду;</li> </ul>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>ложки для бару</i> – призначені для змішування інгредієнтів, що легко змішуються, у спеціальній склянці, або в келиху, призначеному для відвідувача, або в маленьких чарках-квантах; для витягання вишень, кісточок тощо;</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>лопатка для льоду (ice-shovel, ice-scoop)</i> – застосовується замість щипців для льоду;</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>міксер електричний</i> – має тільки одну швидкість обертання; призначений для вижимки свіжих плодів і приготування напоїв, коктейлів;</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>ніж для видалення цедри з цитрусових плодів</i> – може використовуватися і для отримання спіралей з цедри цитрусових плодів;</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>ситечко для бару (strainer)</i> – для проціджування напоїв і запобігання потраплянню в них льоду зі склянки чи шейкера;</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>пляшка зі шприцевим корком</i> – призначена для наповнення пляшок, коли необхідно лише декілька крапель; застосовується для напоїв, що містять гіркі прянощі, апельсин, гіркий персик;</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>стопер</i> – для закупорювання пляшок із шампанським;</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>соківник «squeezer»</i> – призначений для вичавлювання соку з цитрусових плодів (лимонів, апельсинів, мандаринів і грейпфрутів);</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>терка</i> – для мускатних горіхів «grater» – призначена для подрібнення мускатних горіхів (доповнення до комплекту);</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>трубочки</i> – для коктейлю;</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>цукорниця</i> – для цукрової пудри (спеціально для крамбамбулі – настоянки на меду і прянощах);</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>чаша для вина</i> – призначена для приготування крамбамбулі (Feuerzangenbowle);</li> </ul>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>шейкер для збовтування «Boston shaker»</i> – складається зі скляного стакана, в якому міститься рідина, і металевої частини, що замінює товкач міксеру. Може бути і з двох металевих частин. У такого шейкера немає ситечка, тому при розливі необхідно використовувати стандартне ситечко з бару, так званий стрейнер; призначений для виготовлення коктейлів з великою кількістю змішуваних інгредієнтів;</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>класичний шейкер для змішування інгредієнтів, що складається з 3-х частин «standard shaker»;</i></li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>шпилі для льоду</i> – призначені для витягання шматочків льоду з відерця; можуть бути використані як відвідувачами, так і барменом;</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>шпилі для розкорковування пляшок</i> – призначені для витягання пробок, що міцно сидять у пляшках з сухим і солодким шампанським;</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>підставки для пляшок і склянок (металеві, дерев'яні, коркові);</i></li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>штопор</i> – призначений для витягання корка з винних пляшок безпосередньо біля столів для відвідувачів і для розкорковування пляшок з фольгою на пробці;</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>пляшковідкривач</i> для відкриття пляшок з пивом, водою;</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>штопор</i> для відкорковування старих вин з осадом;</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>штопор-корковик</i> – універсальний пляшковідкривач;</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>станковий корковик</i> для попереднього відкриття пляшок (не за столом);</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>мірні склянки (джигери) різних ємкостей (20-40, 25-50, 30-60 мл)</i> – призначені для контролю за кількістю інгредієнтів, що додаються до коктейлю;</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>дозатори для пляшок (гейзери)</i> – для дозування компонентів коктейлів, для ароматизації їх – пробки-крапельниці, пробки з розбризкувачем.</li> </ul>	

Готуючи коктейлі, бармен користується інструментом для розкриття консервних банок, пляшок, щипцями для льоду і закусок, мензурками місткістю 50, 100, 200, 500 см<sup>3</sup> для дозування напоїв, графинами, глечиками для сиропу, соків, теркою для цедри і шоколаду, кухонною дошкою, мішечками для подрібнювання льоду, ножами для нарізання закусок, лимонів, фруктів, соковитискачем тощо.

### **Запитання та завдання для самоперевірки**

1. Розкрийте роль і значення скляного і кришталевого посуду в закладах ресторанного господарства.

2. Назвіть різновиди скляного посуду залежно від різних критеріїв (залежно від технології виготовлення, за складом скляної маси, залежно від форми та призначення тощо).

3. Охарактеризуйте види келихів, що використовуються для подавання пива. Яким правилом користуються при виборі посуду для цього напою?

4. Назвіть і поясніть основні відмінності винних келихів, призначених для різних видів вина.

5. Назвіть види чарок, що використовуються в ресторанах, та охарактеризуйте їхнє призначення.

6. Перелічіть асортимент скляного чи кришталевого посуду, який використовується в закладах ресторанного господарства (окрім склянок, келихів і чарок). Яке призначення зазначеного посуду?

7. Назвіть відмітні риси порцеляни та фаянсу. Чим керуються ресторатори при виборі того чи іншого виду посуду?

8. Назвіть види посуду з порцеляни чи фаянсу, що використовується для сервірування столів і подавання страв.

9. Перелічіть види порцелянового та фаянсового посуду, який використовується для подавання гарячих напоїв і перших страв.

10. Поясніть, для чого в закладах ресторанного господарства використовують різні види металевого посуду. Наведіть прикладу посуду та його використання.

11. Охарактеризуйте столове та спеціальне столове приладдя для сервірування столів.

12. Які види тканин найпрактичніші для виготовлення столової білизни та чому? Перелічіть асортимент столової білизни, що використовується в закладах ресторанного господарства.

13. Назвіть предмети сервірування та спеціалізованого інвентаря, які можуть використовуватися в висококласних закладах ресторанного господарства. Яке їхнє призначення?

14. Охарактеризуйте устаткування, посуд та інвентар барів. Вкажіть їхнє призначення.

### **Тести для самоконтролю**

1. У Західній Європі перший скляний посуд з'явився у \_\_\_\_\_.

а) Китаї;

б) Венеції;

в) Німеччині;

г) Баварії.

2. Для вибору пивного бокала чи кружки існує основоположне правило:
- а) чим тонший смак пива, тим тоншими мають бути стінки келиха;
  - б) чим більше гостей за столом, тим більша місткість келихів;
  - в) чим міцніший напій, тим меншою повинна бути місткість;
  - г) чим гіркіший напій, тим менша місткість чарки.
3. При виборі келихів і чарок для сервірування столу користуються правилом:
- а) чим тонший смак напою, тим тонші стінки келиха;
  - б) чим більше гостей за столом, тим більша місткість келихів;
  - в) чим міцніший напій, тим меншою повинна бути місткість;
  - г) чим солодший напій, тим менша місткість чарки.
4. Для важких насичених вин доцільно використовувати келих \_\_\_\_\_.
- а) циліндричної форми;
  - б) конусоподібної форми;
  - в) у формі яблука чи тюльпана;
  - г) опуклої форми.
5. Чарки рейнвейні призначені для \_\_\_\_\_.
- а) сухих білих і рожевих столових вин, які п'ють охолодженими; мають об'єм не менше 100 мл;
  - б) міцних і десертних вин: портвейну, мадери, хересу та ін., об'ємом 75 мл;
  - в) сухих червоних столових вин (мукузані, сапераві та ін.), які подають при кімнатній температурі; келих наповнюють не більше ніж на 2/3 об'єму;
  - г) горілки та гірких настоянок, для ординарних коньяків (об'єм 50 мл).
6. Для сухих червоних столових вин, які подають при кімнатній температурі; келих наповнюють не більше ніж на 2/3 об'єму (об'єм келиха 125-250 мл) призначена \_\_\_\_\_ чарка.
- а) рейнвейна;
  - б) мадерна;
  - в) лафітна;
  - г) тюльпаноподібна.
7. Менажниця – це \_\_\_\_\_.
- а) каструльки з довгою ручкою (об'єм 75-100 мл) – для приготування і подавання гарячих соусних закусок із м'яса, субпродуктів, овочів, грибів;
  - б) тарелі овальної чи округлої форми з перегородками, слугують для подавання основної страви з гарніром, різних солінь, овочів, горішків;
  - в) порційні сковороди з двома ручками – для приготування та подачі смажених і запечених закусок з яєць, м'яса, борошна.
8. Для подавання витриманих червоних вин із винних погребів та портвейнів використовуються \_\_\_\_\_.
- а) глечики;
  - б) карафи;
  - в) джигери;
  - г) декантери.
9. Порцеляна була винайдена у:
- а) Китаї;
  - б) Венеції;
  - в) Німеччині;
  - г) Баварії.
10. Порцеляна – це посуд, виготовлений \_\_\_\_\_.
- а) зі спеціальної маси, покритий емаллю і випалений в печі один раз;
  - б) із чорної глини і випалений в печі тричі;
  - в) зі спеціальної маси, покритий емаллю і випалений в печі двічі.
11. Центром виготовлення порцеляни в Європі була ...
- а) Німеччина;
  - б) Італія;
  - в) Венеція;
  - г) Австрія.

12. *Фаянс – це посуд, виготовлений \_\_\_\_\_.*  
 а) зі спеціальної маси, покритий емаллю і випалений в печі двічі;  
 б) із чорної глини і випалений в печі;  
 в) зі спеціальної маси, покритий емаллю і випалений в печі один раз.
13. *Для подавання солодких каш і десертів, що мають рідку консистенцію, призначені тарілки \_\_\_\_\_.*  
 а) десертні; б) глибокі десертні; в) закусочні; г) столові глибокі.
14. *Пиріжкові тарілки призначені для подавання \_\_\_\_\_.*  
 а) хліба, пиріжків, грінок, тортів, кращик кулінарних виробів при індивідуальному обслуговуванні;  
 б) бутербродів і десертів;  
 в) холодних закусок і маринадів;  
 г) канапе, хліба, тістечок, фруктів і десертів.
15. *Для подавання холодних закусок з м'ясопродуктів та овочів призначена...*  
 а) таріль округла Ø 350-420 мм; б) таріль овальна Ø 350-420 мм;  
 в) менажниця; г) піднос округлий.
16. *Таріль овальна (довжиною 350-400 мм) використовується для подавання ...*  
 а) холодних закусок із м'ясопродуктів та овочів;  
 б) оселедців, шпротів, сардин чи сайри;  
 в) холодних закусок із риби та рибної гастрономії;  
 г) фірмових салатів, свіжих помідорів, огірків та інших овочів.
17. *Для подавання перших страв у загальному посуді використовують...*  
 а) каструлі різних розмірів; б) тарілки столові глибокі;  
 в) бульйонні чашки; г) супниці.
18. *Для подавання і споживання всіх других страв призначені ...*  
 а) пиріжкові тарілки;  
 б) тарілки столові мілкі (Ø 240-270 мм);  
 в) тарілки десертні мілкі (Ø 190, 200 мм);  
 г) тарілки закусочні (Ø 200 мм);  
 д) таці округлі (Ø 500 мм).
19. *Об'єм горнятка для кави з молоком повинен становити \_\_\_\_\_.*  
 а) 100 мл; б) не менше 150 мл; в) 300 мл; г) 200 мл
20. *Об'єм горнятка для подавання чаю з додатками має становити \_\_\_\_\_.*  
 а) 250 мл; б) 150 мл; в) 100 мл; г) 300 мл.
21. *Об'єм чашки супової з двома вушками, що використовується для подавання перших страв, становить \_\_\_\_\_.*  
 а) 250 мл; б) 500 мл; в) 350 мл; г) 200 мл.
22. *Кокотниці – це \_\_\_\_\_.*  
 а) каструльки з однією довгою ручкою (об'єм 75-100 мл) – для приготування і подавання гарячих соусних закусок із м'яса, субпродуктів, овочів, грибів;  
 б) тарелі овальної чи округлої форми з перегородками, слугують для подавання основної страви з гарніром;

в) порційні сковороди з двома ручками – для приготування і подачі смажених і запечених закусок з яєць, м'яса, борошна.

23. Металевий посуд у формі морської раковини, що служить для запікання і подавання гарячих соусних закусок з риби та рибопродуктів, називається...

- а) пашотницею; б) кокотницею; в) кроншелем; г) кокильницею.

24. Порційна сковорода з двома ручками, що використовується для приготування та подачі смажених і запечених закусок із яєць, м'яса, борошна, називається \_\_\_\_\_.

- а) пашотницею; б) кокотницею; в) кроншелем; г) кокильницею.

25. Для приготування і подачі кави по-східному використовують \_\_\_\_\_.

- а) джезву; б) кавовий апарат; в) френч-прес; г) гейзерну кавоварку.

26\*. В якому з наборів столового приладдя відсутня ложка?

- а) столовому; б) десертному; в) рибному; г) закусочному.

27. На малюнку зображена виделка \_\_\_\_\_.

- а) для риби;  
б) закусочна;  
в) десертна;  
г) для крабів



28. На малюнку зображений ніж для \_\_\_\_\_.

- а) м'якого сиру;  
б) твердого сиру;  
в) піци;  
г) нарізання торта.



29. На малюнку зображений ніж для \_\_\_\_\_:

- а) масла;  
б) риби;  
в) цитрусових;  
г) відкривання устриць.



30. На малюнку зображена:

- а) виделка чи шпатель для омарів;  
б) зубочистка;  
в) виделка для фондю;  
г) виделка для десертів.



31. Нижні покривала з фланелі, тонкої повсті або штучної тканини з прогумованим покриттям, які стеляться безпосередньо на столи, називаються ...

- а) наперонами; б) мольтонами; в) скатертинами; г) спідницями.

32. Для подачі страв і обслуговування офіціанти використовують \_\_\_\_\_.

- а) рушники; б) серветки; в) ручки; г) наперони.

33. Ширина робочого столу барної стійки становить \_\_\_\_\_.

- а) 1000 мм; б) 600 мм; в) 400 мм; г) 500 мм.

34. В барах широко використовують склянки з важким дном, що підвищує їхню стійкість і впродовж тривалого часу залишає напій прохолодним. Їх називають \_\_\_\_\_.
- а) тумблерами; б) «мартінками»; в) циліндрами; г) конусами.
35. Для напоїв із додаванням великої кількості подрібненого льоду, віскі з содовою (місткість 250-300 мл) призначений \_\_\_\_\_.
- а) малий тумблер; б) середній тумблер; в) великий тумблер.
36. Для подавання коктейлів на основі текіли призначений келих \_\_\_\_\_.
- а) «Текілка»; б) «Мартінка»; в) «Кордіал»; г) «Маргарита».
37. Коктейлі, де у складі джин і вермут, подають у коктейльній чарці \_\_\_\_\_.
- а) «Вермутка»; б) «Мартіні»; в) «Кордіал»; г) «Маргарита».
38. В чарці «кордіал» подають коктейлі \_\_\_\_\_.
- а) на основі шампанського; б) на основі текіли;  
в) з лікером; г) на основі цитрусових соків.
39. Спеціальний пристрій для видалення газів з напоїв, що їх містять, називається \_\_\_\_\_.
- а) квірль; б) джигер; в) стрейнер; г) шейкер.
40. Для проціджування напоїв і запобігання потраплянню в них льоду зі склянки чи шейкера використовується \_\_\_\_\_.
- а) квірль; б) джигер; в) стрейнер; г) шейкер.
41. Шейкер без ситечка, що складається зі скляного стакану, в якому міститься рідина, і металевої частини, що замінює товчач міксеру (може бути і з двох металевих частин), називається \_\_\_\_\_.
- а) класичним; б) стандартним; в) бостонським; г) звичайним.
42. Джигер – це \_\_\_\_\_.
- а) ситечко для проціджування напоїв; б) терка для мускатних горіхів;  
в) пристрій для видалення газів; г) мірна склянка різних розмірів.
43. Для дозування компонентів коктейлів та їх ароматизації в барах використовують \_\_\_\_\_.
- а) джигери; б) гейзери; в) шприци; г) штопори.
44. На малюнку зображена терка для \_\_\_\_\_.
- а) лимонної цедри;  
б) мускатного горіха;  
в) пармезану;  
г) авокадо.



45. Коктейлі на основі цитрусових соків подають у чарці \_\_\_\_\_.
- а) «Сауер»; б) «Кордіал»; в) «Маргарита»; г) «Collins».



## ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2 ОСНОВИ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

### ТЕМА 6. ОСНОВНІ СТАДІЇ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

- 6.1. Приймання продовольчої сировини і харчових продуктів.
- 6.2. Зберігання харчових продуктів.
- 6.3. Механічна та гідромеханічна обробка сировини.
- 6.4. Теплова обробка напівфабрикатів і приготування їжі.
- 6.5. Зберігання готової їжі.
- 6.6. Організація споживання їжі.

Продовольча сировина й харчові продукти — це складні багатокомпонентні біологічні системи, що зазнають незворотних змін на різних стадіях технологічного процесу виробництва продукції на підприємствах ресторанного господарства. Ці стадії включають:

- приймання продовольчої сировини і харчових продуктів;
- зберігання харчових продуктів;
- механічну і гідромеханічну обробку сировини та продуктів і приготування кулінарних напівфабрикатів;
- теплову обробку напівфабрикатів і приготування готової їжі;
- зберігання готової їжі;
- організацію споживання їжі.

#### **6.1. Приймання продовольчої сировини і харчових продуктів**

**Первинною сировиною** в технологічних процесах підприємств ресторанного господарства є *сільськогосподарські продукти*, що не пройшли технологічної обробки, а також різноманітні *харчові продукти*, які підлягали повній або частковій переробці на підприємствах харчових галузей промисловості. До *першої групи сировини* належать: свіжа картопля, овочі, зелень, плоди, ягоди, цитрусові, баштанні, жива й охолоджена риба, нерибні морепродукти, перната дичина, гриби тощо.

До *другої групи сировини* належать: борошно, крохмаль, крупи, макаронні вироби, бобові, цукор, харчові жири, молоко й молочні продукти, м'ясо і м'ясопродукти, рибопродукти, яйця і товари з яєць, сільськогосподарська птиця, субпродукти, овочеві, м'ясні, рибні й комбіновані напівфабрикати, спеції, приправи тощо.

Продовольча сировина й харчові продукти, що надходять на підприємства ресторанного господарства, повинні за якістю відповідати стандартам і гігієнічним вимогам і супроводжуватися

документами, що засвідчують їхню якість і безпеку. Щоб запобігти появі й поширенню інфекційних захворювань і харчових отруєнь, забороняється приймати:

- продовольчу сировину й харчові продукти без документів, що підтверджують їхню якість і безпеку;
- м'ясо і м'ясопродукти всіх видів сільськогосподарських тварин без клейма ветогляду й ветеринарного свідоцтва;
- рибу, раків, сільськогосподарську птицю без ветсвідоцтва;
- непатрану птицю (крім дичини);
- яйця із забрудненою шкаралупою, з надрізом, з дефектами «протікання» і «розбиття», а також із господарств, де був зафіксований сальмонельоз;
- качині й гусячі яйця;
- консерви з порушеннями герметичності банок, бомбажні, «хлопавки», банки з іржею, деформовані, без етикеток, із простроченими термінами реалізації;
- крупу, борошно й інші сухі продукти, заражені шкідниками хлібних запасів;
- свіжі овочі й фрукти із цвіллю й ознаками гнилі;
- гриби неїстівні, некультивовані їстівні, червиві, зім'яті;
- харчові продукти з термінами придатності, що минули, й ознаками недоброякісності;
- продукцію домашнього виготовлення (консервовані гриби, овочі, фрукти, м'ясні, рибні, молочні продукти, готові до вживання).

Тара й упаковка завезених харчових продуктів має бути цілою, неушкодженою й незабрудненою.

## **6.2. Зберігання харчових продуктів**

Зберігання певного запасу сировини у межах термінів, необхідних для забезпечення безперервної роботи підприємства ресторанного господарства, є частиною технологічного процесу. Крім того, невеликий запас сировини, що не псується швидко (борошно, цукор, крохмаль, спеції тощо), доцільно створювати для раціонального використання транспорту.

На кожному підприємстві ресторанного господарства обладнують продовольчий склад, що зазвичай має декілька приміщень, компактно розташованих поблизу розвантажувального майданчика, вантажних ліфтів. Сюди належать охолоджувані й не охолоджувані приміщення (комори). Охолоджувані камери й комори повинні відповідати певним технічним, технологічним і санітарно-гігієнічним вимогам, основні з

яких наведені нижче.

Усі складські приміщення, у т.ч. завантажувальний майданчик, повинні мати пряму підлогу (без сходів і порогів) на одному рівні з усіма виробничими приміщеннями підприємства, що дозволяє використовувати візки для переміщення вантажів. Підлоги, стіни, стелі й двері повинні бути гладкими для полегшення їхньої санітарної обробки.

Складські приміщення обладнують притічно-витяжною вентиляцією, штучним освітленням, щільними дверима, а холодильні камери – вологостійкою теплоізоляцією по всьому периметру; завантажувальний майданчик – товарними вагами. Природне освітлення складських приміщень не передбачається, оскільки світло є каталізатором окислювальних процесів, що відбуваються у продуктах під час їхнього зберігання. У зв'язку із цим продукти зберігають у темряві, без доступу світла. Складські приміщення обладнують приладами для вимірювання температури й вологості повітря.

Якість продукції ресторанного господарства залежить від дотримання **правил зберігання сировини:**

- *сухі продукти* – борошно, цукор, крупи, макаронні вироби, чай, каву, кондитерські вироби тощо зберігають у сухих, добре провітрюваних приміщеннях за температури приблизно 20°C і відносної вологості повітря 70...75%. Вміст вологи в сухих продуктах коливається від 0,1% (цукор) до 20% (крохмаль). Через капілярно-пористу будову сухі продукти легко поглинають вологу з повітря, внаслідок чого вологість продуктів може підвищуватися, а стійкість до зберігання знижуватися. Для стабілізації вологості повітря в коморі сухих продуктів рекомендується систематично провітрювати приміщення, не допускати зберігання тут овочів, фруктів та інших продуктів, що віддають у навколишнє середовище багато вологи.

Маючи підвищену гігроскопічність, сухі продукти здатні поглинати й міцно втримувати сторонні запахи. У зв'язку із цим спеції й інші харчові продукти з гострим ароматом зберігають у щільно закритих коробках подалі від основних продуктів.

Склад сухих продуктів обладнують підтоварниками, стелажми, столом і вагами середньої вантажопідйомності;

- *м'ясо, м'ясопродукти, птицю й рибу* зберігають в охолоджуваних камерах за температури 0...5°C і відносної вологості повітря 90...95%. Камеру обладнують підтоварниками, стелажми й вішалками з гаками для зберігання м'ясних туш у підвішеному стані.

Туші, напівтуші й четвертини у підвішеному стані не повинні торкатися одне одного для забезпечення циркуляції повітря. Аналогічну вимогу висувають до м'ясопродуктів, що надходять у блоках і розміщують на полицях стелажів.

Охолоджене м'ясо в тушах, напівтушах і четвертинах за температури 0...5°C у підвішеному стані може зберігатися до 5 діб. Заморожене м'ясо за таких умов може зберігатися в таких часових межах: яловичі напівтуші і задні четвертини – 5 діб, передні четвертини яловичих туш, свинячі напівтуші, телячі й баранячі туші – до 3...4 діб. При цьому зберігання поєднують із повільним розморожуванням м'яса.

Охолоджена птиця у тушках може зберігатися за температури 0...5°C не більше 2...3 діб.

М'ясні й рибні напівфабрикати і напівфабрикати із птиці в охолоджену вигляді зберігають не більше доби, а з січеного м'яса – не більше 12 год від моменту виготовлення.

Розміщуючи продовольчу сировину в м'ясорибній холодильній камері, необхідно уникати контакту м'яса з рибою і птицею, незалежно від їхнього термічного стану. Ця вимога пояснюється високою бактеріальною «засіяністю» сільськогосподарської птиці й риби, у т.ч. бактеріями з роду сальмонели, потенційно небезпечними для людини.

Під час холодильного зберігання м'ясна, рибна сировина і напівфабрикати повинні бути під наглядом. Ознаки доброякісності м'яса: яскраво-червоне забарвлення на розрізі, відсутність гнильного (аміачного) запаху і слизу на поверхні, пружна консистенція м'язової тканини, блискучий жир (без матового відтінку й масткої консистенції). Показники якості сільськогосподарської птиці такі ж, як для м'яса.

Охолоджена риба може зберігатися не більше 2 діб за температури, близької до 0°C. Ознаки доброякісності охолодженої риби: відсутність гнильного (аміачного) або іншого стороннього запаху; пружна м'язова тканина (після натискання пальцем утворене заглиблення швидко відновлюється); опуклі очі; яскравий колір зябер; відсутність великої кількості слизу на поверхні й червоно-бурого кільця навколо анального отвору.

Жива риба може надходити тільки на ті підприємства ресторанного господарства, які обладнані акваріумами для її зберігання.

За відсутності низькотемпературного холодильного обладнання морозена риба може надходити з урахуванням денної потреби. Зберігають її в нерозпакованому вигляді за температури близько 0°C.

Розморожені харчові продукти нестійкі при зберіганні. Повільно розморожені м'ясопродукти і птиця можуть зберігатися не більше доби, а розморожена риба зберіганню не підлягає, її варто негайно відправити на переробку;

- *молочні продукти, жири, м'ясну й рибну гастрономію, яйця, сири* зберігають у холодильних камерах за температури 5°C і відносної вологості повітря 85...90%. Продукти з гострим запахом (рибну гастрономію, сири) зберігають на окремих стелажах, у тарі, подалі від інших продуктів. Яйця зберігають в упаковці й тарі на окремому підтоварнику. Розпаковувати яйця й перекладати їх у холодильній камері забороняється через те, що вони часто бувають «засіяні» бактеріями роду сальмонел, які можуть потрапити на інші продукти й розмножитися при знижених температурах. На невеликих підприємствах ресторанного господарства в камері молочно-жирових продуктів можна зберігати фрукти й напої;

- *овочі й зелень* рекомендується зберігати в охолоджуваних холодильних камерах за t° 5... 10°C і відносної вологості повітря 90...95%. Камеру обладнують підтоварниками, стелажми. Овочі й зелень зберігають у тарі із вентиляційними отворами, що забезпечують доступ повітря до продуктів, аби уникнути розвитку плісняви;

- *квашені й солоні овочі* зберігають у дідках та інших ємкостях, при цьому треба стежити за тим, щоб овочі були занурені в розсіл. За його відсутності на поверхні овочів розвивається пліснява, яка швидко проникає усередину продукту, внаслідок чого соління і квашенина стають непридатними;

- *заморожені харчові продукти* зберігають у низькотемпературних холодильних камерах, шафах і прилавках за температури мінус 15°C. За таких же умов зберігають централізовано виготовлене морозиво (загартоване). Розморожування продуктів у процесі зберігання не допускається. Пельмені, вареники, овочеві набори для супів і гарнірів, піцу й інші кулінарні вироби, м'ясні, рибні напівфабрикати, іншу напівготову й готову кулінарну продукцію доправляють на теплову обробку без попереднього розморожування;

- *хліб, борошняні кондитерські й булочні вироби* зберігають в окремих приміщеннях на виробництві. Вироби із кремом зберігають у холодильних шафах за температури 0...5°C від 12 до 24 год., а з заварним кремом виробляють тільки в осінньо-зимовий період і зберігають не більше 6 год.

На невеликих підприємствах ресторанного господарства кількість складських приміщень може бути скорочена, проте спільне зберігання необробленої сировини й готових до вживання продуктів забороняється.

### **6.3. Механічна та гідромеханічна обробка сировини**

Кінцева мета механічної та гідромеханічної обробки продовольчої сировини – одержати напівфабрикати, призначені для теплової обробки, і приготувати страви та кулінарні вироби.

На стадії механічної та гідромеханічної обробки сировину розпаковують, розморожують, сортують, калібрують, миють, поділяють на їстівні й малоцінні в харчовому сенсі частини (обчищення картоплі, овочів, плодів і грибів від шкірки й насіння, відокремлення кісток від м'яса тощо), подрібнюють, порціонують, перемішують багатокомпонентні котлетні і фаршеві маси, панірують.

Всі операції на цій стадії технологічного процесу виконують у заготівельних цехах підприємств ресторанного господарства.

*Розпакуванню* заморожених продуктів іноді передує підігрівання блоків м'яса, риби, нерибних морепродуктів. Це необхідно для відокремлення примерзлого пакувального матеріалу.

*Розморожування* продовольчої сировини здійснюють одним із двох способів: на повітрі або у воді. *На повітрі* розморожують м'ясо, субпродукти першої категорії (язики, печінку, серце, нирки, мозок), птицю, пернату дичину, рибу цінних порід (осетрові, лососеві, палтус тощо). *У холодній воді* розморожують рибу з кістковим скелетом, субпродукти другої категорії (голови, ноги, вим'я, легені, фляки тощо). Сировина вважається розмороженою, коли температура в її товщі підвищилася до мінус 1°C. На повітрі зазвичай розморожують продукти, властивості яких потрібно максимально відновити після розморожування. Для цього застосовують повільне розморожування за температури 5...10°C. Розморожування у воді відбувається швидко, його зазвичай застосовують для сировини, швидкість розморожування якої не впливає на технологічні властивості й харчову цінність напівфабрикатів. Забороняється для прискорення процесу розморожування продуктів занурювати їх у теплу воду. Оптимальна температура води +15°C.

Розморожені продукти нестійкі до зберігання, їх варто негайно доправити на приготування напівфабрикатів.

*Сортуванню* піддають в основному овочі й фрукти, але його можна застосовувати і для нерибних морепродуктів. При сортуванні

продовольчу сировину розділяють за ступенем зрілості, відокремлюють пошкоджені екземпляри й домішки.

*Калібрування* призначене для відокремлення однакових за розміром екземплярів, наприклад для фарширування, забезпечення рівномірної теплової обробки.

*Миття* застосовують для видалення механічних і бактеріальних забруднень і поліпшення санітарно-гігієнічних умов подальшої обробки сировини. У деяких випадках сировину миють двічі: до і після очищення. Для миття продовольчої сировини використовують спеціальні ванни з підведенням холодної і гарячої води. Зливну конструкцію ванни підключають до каналізації.

*Відокремлення неїстівних і малоцінних у харчовому сенсі частин* підвищує харчову цінність напівфабрикатів і готової продукції. Овочі звільняють від шкірки, а іноді й від насіння; рибу очищають від луски, нутроців, видаляють голову, плавники, кістки; м'ясо відокремлюють від кісток, грубих сухожилок і зайвої жирової тканини: сипкі продукти просівають, відокремлюючи домішки; цукор, сіль (натрію хлорид) розчиняють, дають розчину відстоятися, а потім проціджують; згущене молоко, яєчний меланж та інші рідкі продукти проціджують. Очищення й зачищення сировини від неїстівних частин іноді поєднують із бланшуванням продукту в гарячій воді або парю (зачищення шкірного покриву деяких видів риб).

*Подрібнюють* продукти під час виробництва напівфабрикатів, причому ступінь подрібнення може бути різним: від порційних або дрібних шматків до тонко подрібненої гомогенної маси із частинками розміром 2...3 мм. Для забезпечення рівномірної теплової обробки при подрібненні продукту одержують шматочки певної форми і розмірів.

На стадії приготування кулінарного напівфабрикату подрібнені продукти механічно з'єднуються й перемішуються з утворенням багатокомпонентної котлетної або фаршевої маси. Наступними є операції порціонування і панірування виробів (котлет, биточків, шніцелів тощо). Деякі кулінарні напівфабрикати – це більш-менш складні вироби індивідуального художнього оформлення (фаршировані котлети, фаршировані овочі, фарширована риба, шашлики, випечені вироби з тіста тощо).

*Панірування* м'ясних, рибних та овочевих напівфабрикатів, призначених до смаження, застосовують для збереження їхньої форми, одержання підсмаженої скоринки, а також для зниження втрат маси й насичення продукту жиром, що використовується для смаження.

При виготовленні напівфабрикатів харчові продукти зазнають різноманітних механічних, хімічних і біохімічних впливів. Наприклад, порційні шматки м'яса піддають розпушуванню на спеціальних машинах або вручну; м'ясо для шашликів витримують кілька годин у холодильнику з додаванням лимонного соку (або сухого виноградного вина); дріжджове тісто для пиріжків отримують шляхом спиртового й молочнокислого бродіння, завдяки чому готові вироби будуть пористими з характерним смакоароматичним «букетом».

Під час механічної і гідромеханічної обробки продовольчої сировини утворюються відходи і втрати, розмір яких для різних видів коливається в широких межах. Так, при обчищенні свіжої молоді картоплі до 1 вересня відходи і втрати становлять 20%, з 1 вересня до 31 жовтня – 25%, з 1 листопада до 31 грудня – 30%, з 1 січня до 28 (29) лютого – 35%, з 1 березня – 40%; при зачищенні білокачанної капусти – 20%, цвітної капусти – 48%; при розбиранні судака у вигляді порційних шматків зі шкірою без кісток – 49%; при розбиранні м'ясних туш відходи і втрати становлять: для яловичини – 26,4%, свинини м'ясної – 26,5%, баранини – 29,9%, телятини – 34%. Тому закуповувати необхідну кількість сировини потрібно із врахуванням зазначених вище показників втрат і відходів.

#### **6.4. Теплова обробка напівфабрикатів і приготування готової їжі**

При тепловій кулінарній обробці продукт доводять до стану кулінарної готовності, що характеризується певними органолептичними показниками якості (зовнішній вигляд, смак, запах, консистенція), а також відмиранням більшої частини бактерій, у тому числі потенційно небезпечних для людини.

Під час теплової обробки напівфабрикатів температура їх сягає 80°C і вище. За таких умов основні харчові речовини продуктів зазнають глибоких фізико-хімічних змін, які неоднаково впливають на харчову цінність готового продукту. У результаті теплової кулінарної обробки засвоюваність білків і вуглеводів підвищується, жирів — знижується, деяка частина вітамінів руйнується, а інша під час варіння переходить у відвар разом із екстрактивними й мінеральними речовинами. При смаженні температура в поверхневому шарі продукту сягає 120...130°C внаслідок його зневоднення. За цих умов руйнуються харчові речовини, що у нормі містяться в продукті (піроліз), і утворюються нові, чимало з яких мають мутагенну й канцерогенну дію на організм людини.

При тепловій обробці кулінарних напівфабрикатів утворюються нові смакові, ароматичні й забарвлені речовини. Натомість помітно



змінюється маса продуктів. Вона, як правило, зменшується. Втрати маси продуктів при тепловій обробці пов'язані із втратами води: яловичина під час варіння втрачає близько 50% води, що міститься в ній; маса картоплі після варіння практично не змінюється, проте під час смаження вона зменшується на 30...60% залежно від ступеня подрібнення і способу смаження.

Детальніше процес теплової обробки продукції в закладах ресторанного господарства буде розглянутий в темі 6.

Нормативи відходів і втрат сировини при механічній і тепловій обробках були розроблені Науково-дослідним інститутом громадського харчування ще за радянських часів й опубліковані у Збірниках рецептур страв і кулінарних виробів для підприємств громадського харчування. Цими нормативами варто користуватися під час складання рецептур на нову продукцію ресторанного господарства і для інших виробничих цілей.

### **6.5. Зберігання готової продукції**

Терміни зберігання готової продукції ресторанного господарства, впродовж яких не знижується її якість, обмежені. Температурні умови зберігання готової їжі регламентовані санітарними правилами, згідно з якими температура *холодних закусок і холодних солодких страв* для споживачів має становити **12... 14°C**, *гарячих супів і напоїв* – **75°C**, *м'ясних, рибних, овочевих та інших гарячих страв* – **65°C**. Зазначені температури повинні витримуватися при зберіганні готових страв. Найбільш сприятлива температура для розвитку мікробіологічних процесів у готовій їжі – **25...50°C**. А отже, *підвищення температури зберігання охолодженої їжі і зниження температури зберігання гарячої їжі забороняється*.

Для зберігання готової їжі застосовують спеціалізоване технологічне обладнання: холодні закуски зберігають в охолоджуваних прилавках і шафах-вітринах, супи – на повітряних мармітах, гарячі напої – у термостатах, інші гарячі страви, гарніри й соуси – на водяних і повітряних мармітах.

Терміни зберігання готової їжі індивідуальні для різних страв і кулінарних виробів. У групі холодних закусок найменш стійкі до зберігання холодці, паштети, заливні м'ясні й рибні продукти, салати. У групі холодних солодких страв обмежені терміни зберігання для десертів зі збитими вершками, кремів, мусів, желе. Порційне морозиво зберіганню не підлягає. Обмежені терміни зберігання встановлені для натурального смаженого м'яса, смаженої риби,

відварної цвітної капусти, смажених овочів. За інших однакових умов страви в соусі зберігаються краще, ніж натуральні. Враховуючи індивідуальний підхід до термінів зберігання окремих страв, санітарними правилами встановлено, що холодні закуски, десерти й напої можна зберігати до 1 год, а гарячі страви – до 2 год. Для дотримання зазначених термінів зберігання готової продукції на виробництві організують потокове приготування страв невеликими партіями, максимально використовуючи напівфабрикати, у тому числі високого ступеня готовності.

Їжу, що залишилася нереалізованою, у виняткових випадках швидко охолоджують і зберігають за температури 2...4°C не більше 18 год. Перед реалізацією її дегустують, а потім знову піддають тепловій обробці (кип'ятінню, просмажуванню в жаровій шафі, прогріванню в мікрохвильових печах і т.д.) з подальшою дегустацією. Термін реалізації їжі після вторинної теплової обробки не повинен перевищувати 1 год. Їжу, що залишилася від учора, не слід змішувати зі свіжоприготовленою. У день закладання нереалізованої їжі на зберігання й у день її реалізації роблять відповідні записи у бракеражному журналі. Однак **деякі види кулінарної продукції залишати для реалізації на наступний день НЕ дозволяється**, наприклад, салати, вінегрети, паштети, холодці, заливні страви, вироби із кремом й інші надто швидкопсувні холодні страви; супи молочні, холодні, солодкі, супи-пюре; м'ясо відварне порційне для супів, млинці з м'ясом і сиром, січені вироби з м'яса, птиці, риби; соуси, омлети, картопляне пюре, відварні макарони, напої власного виробництва.

Кондитерські вироби із кремом зберігають у холодильних камерах і шафах за температури не вище 6°C у межах термінів, установлених гігієнічними вимогами для надто швидкопсувних продуктів.

### **6.6. Організація споживання їжі**

Завершальна стадія технологічного процесу на підприємствах ресторанного господарства — організація споживання їжі. Перед персоналом підприємства поставлене подвійне завдання: довести свіжоприготовлену їжу до споживача без зниження її якості і створити приємні, комфортні умови для її споживання в залі їдальні, кафе, ресторану або іншого закладу ресторанного господарства.

У ресторанах й інших фірмових підприємствах ресторанного господарства високого класу питання організації споживання їжі вирішується класичним методом індивідуального обслуговування кожного клієнта. Закуски, страви й деякі напої готують за

індивідуальними замовленнями, які приймають офіціанти. У залах ресторанів використовують спеціалізоване обладнання, фірмовий посуд, оригінальні столові набори, інвентар, столову білизну. Практикується подавання холодних закусок у посудині з льодом, а гарячих закусок – у яскраво оформлених пательнях, які підігрівають на деревному вугіллі або спиртових пальниках. За холодної пори року тарілки підігрівають, а коли спекотно — подають напої з льодом. Багато страв модно готувати в присутності відвідувачів ресторану, такі як «фламбе», фондю, гриль, іноді подавання й приготування перетворюють на справжнє феєричне шоу.

Останнім часом у кафе, закусточних й інших підприємствах масового харчування застосовують метод самообслуговування, що зазнав принципових змін. На сьогодні у світовій практиці в залах підприємств ресторанного господарства вже немає роздавальних ліній, уздовж яких відвідувачі стоять у потилицю один одному, щоб отримати обід або вибрати окремі страви на власний розсуд.

Сьогодні у міській загальнодоступній мережі, а також на виробничих підприємствах і в навчальних закладах переважають **три системи масового харчування**: шведський стіл; попереднє сервірування і накривання столів; вільний вибір у залі з подальшим розрахунком.

*Принцип шведського столу* застосовують не тільки для окремого споживання їжі (сніданку, обіду, вечері), але й для організації роботи цілих підприємств – кафе, закусточних, невеликих ресторанів. Встановлюють фіксовану плату за вхід до зали, де відвідувач за принципом самообслуговування обирає для себе закуски, страви, напої. Чудовий, продуманий асортимент кулінарної продукції і зручний, затишний зал створюють приємні умови для споживання їжі у спокійній обстановці.

*Попереднє сервірування й накривання столів* застосовують при організації харчування певних контингентів – туристів, відпочивальників у пансіонатах, санаторіях, будинках відпочинку, працівників виробничих підприємств тощо, коли треба за короткий проміжок часу обслужити велику кількість людей. Для цього зали обладнують 4-6-місними обідніми столами, які встановлюють так, щоб залишалися широкі проходи для сервірувальних візків. Столи сервірують холодною закускою, десертом, хлібом, супом у супниці, необхідним посудом і столовими наборами. У визначений час столи заповнюються клієнтами, після чого в проходах з'являються офіціанти з візками, на яких установлені м'ясні, рибні й інші гарячі страви вільного

вибору. Переваги цього методу в тому, що споживачам пропонується свіжоприготовлена їжа, в обідньому залі спокійно, немає зайвого руху людей, а прибиранням використаного посуду займаються офіціанти. Витрати часу й засобів мінімальні. Розрахунки за харчування – безготівкові, у т.ч. в кредит.

*Вільний вибір у залі з подальшим розрахунком* передбачає наявність двох суміжних залів, розділених легкою перегородкою і об'єднаних вузлом розрахунку для відвідувачів. Зал А має тільки вхід, зал Б – тільки вихід для відвідувачів. Відвідувач, увійшовши в зал А, бере тацю і столові набори, а потім, вільно рухаючись по залі, вибирає закуски, страви й напої. Прилавки із супами й гарячими закусками обслуговують кухарі. У центрі залу встановлюють відкриті холодильні прилавки, заповнені харчовим лускатим льодом, на які ставлять миски з тоненько нашаткованими свіжими (без заправок!) овочами — білокачанною і червонокачанною капустою, редискою, морквою, качанним і листковим салатом тощо. Відсутність заправок дозволяє довше зберегти свіжість овочів. Їх використовують і як овочевий гарнір до м'яса й риби.

Після завершення вибору кулінарної продукції відвідувач через вузол розрахунку переходить до зали Б, обладнаної 2- і 4-місними столами, засервірованими спеціями й приправами (сіллю, цукром, перцем меленим чорним і червоним, гірчицею, оцетом, олією), що дозволяє відвідувачу на власний розсуд заправити овочі. Це створює для споживачів умови, максимально наближені до домашніх, коли кожен клієнт на свій смак обирає приправу до їжі.

В ресторанному сервісі широкого розповсюдження набув **кейтеринг** – дії підприємства ресторанного господарства, що доставляє готові страви, напої, посуд і все необхідне для організації прийому, банкету і спеціальних заходів. Виїзне обслуговування – найширший спектр послуг, починаючи із презентації нової продукції до організації барбекю на лоні природи або вишуканої романтичної вечері.

Розрізняють такі **види кейтерингу**: у приміщенні, поза рестораном, соціальний, роз'їзний (за договором на доставку продукції), роздрібний продаж готової кулінарної продукції, VIP-кейтеринг.

*Кейтеринг у приміщенні* організують через надання замовникові обладнаних приміщень для проведення різних заходів. Це можуть бути зали, виробничі приміщення з торгово-технологічним і холодильним устаткуванням, мийного столового посуду, приміщення для зберігання продуктів, напоїв.

*Кейтеринг поза рестораном* передбачає обслуговування на території замовника. Це пов'язано з тим, що більшість ресторанів мають невеликі зали і не можуть обслуговувати велику кількість гостей. Готують страви в ресторані, після чого замовлення доправляється до місця проведення заходу, Ресторан відповідає за якість приготування й доставку страв, сервірування, професійне обслуговування, прибирання приміщень і повний розрахунок із замовником по закінченні заходу.

*Соціальний кейтеринг* — це надання послуг рестораном на території замовника з використанням його обладнання для приготування страв. До обов'язків ресторану входить також прибирання приміщення після проведення заходу. Послугами соціального кейтерингу користується замовник, організуючи сімейне торжество. При цьому ресторан може надати замовникові згідно з договором окремі предмети для сервірування стола й аксесуари.

*Роз'їзний кейтеринг* здійснюється через укладання договору на доставку напівфабрикатів і готової їжі до офісів, на будівельні і знімальні майданчики, забезпечуючи харчуванням певні групи людей.

*Роздрібний продаж готової кулінарної продукції* — це торгівля продуктами харчування (бутербродами, борошняними кондитерськими виробами, упакованими в поліетиленову плівку), а також прохолодними напоями під час проведення спортивних змагань, фестивалів, карнавалів.

*VIP-кейтеринг* передбачає виїзне ресторанне обслуговування із залученням висококваліфікованих кухарів, офіціантів. У приміщенні замовника і під його наглядом здійснюють обробку продуктів і приготування страв.

*Каву-брейк* (або каву-паузу) організують у ресторанах для швидкого обслуговування учасників нарад, конференцій, ділових переговорів, а також поза ресторанами (конференц-залах, холах). Прямокутні або круглі столи накривають скатертинами-спідницями, як на фуршеті. Гості їдять і п'ють стоячи. До меню кави-брейк входять тістечка, пиріжки, печиво, булочки, канапки, лимон, вершки, кава, чай. Із прохолодних напоїв — мінеральна вода, соки.

### **Зпитання та завдання для самоперевірки**

1. Назвіть стадії технологічного процесу виробництва продукції в закладах ресторанного господарства.

2. Дайте визначення поняття «первинна сировина» і «харчові продукти». Наведіть приклади.

3. Перелічіть види сировини і харчових продуктів, які заборонено приймати на підприємствах ресторанного господарства.

4. Охарактеризуйте вимоги, що ставляться до складських приміщень в закладах ресторанного господарства.

5. Назвіть правила зберігання сухих продуктів та обґрунтуйте їх.

6. Охарактеризуйте правила зберігання м'яса, м'ясопродуктів, птиці й риби на підприємствах ресторанного господарства.

7. Назвіть ознаки доброякісності охолодженого м'яса та риби.

8. За яких умов прийнято зберігати молочні продукти, жири, м'ясну і рибну гастрономію, яйця та сири? Як потрібно правильно зберігати овочі та зелень, квашені й солоні овочі?

9. Назвіть операції, які здійснюються на стадії механічної та гідромеханічної обробки продуктів.

10. Поясніть сутність операцій «розпакування», «розморожування», «сортування» і «калібрування». Які види розморожування застосовують на підприємствах ресторанного господарства?

11. Розкрийте сутність операції «відокремлення неїстівних і малоцінних частин» на конкретних прикладах.

12. Охарактеризуйте операції «подрібнення» та «панірування». Яка мета панірування напівфабрикатів?

13. Які процеси відбуваються при тепловій обробці кулінарних напівфабрикатів?

14. Охарактеризуйте основні принципи і правила зберігання готової продукції на підприємствах ресторанного господарства.

15. Дайте характеристику завершальної стадії технологічного процесу – організації споживання їжі на підприємствах ресторанного господарства.

### **Тести для самоконтролю**

1. Продовольча сировина й харчові продукти – це \_\_\_\_\_.

а) складні багатокomпонентні біологічні системи, що зазнають незворотних змін у різних стадіях технологічного процесу виробництва продукції;

б) біологічні багатокomпонентні системи, які зазнають змін в процесі теплової кулінарної обробки;

в) сировина і харчові продукти, які використовуються у виробничому процесі в закладах ресторанного господарства;

г) сільськогосподарська сировина і продукція харчової промисловості, які зазнають фізико-хімічних перетворень у процесі їхньої переробки.

2. Технологічний процес виробництва продукції в закладах ресторанного господарства складається з \_\_\_\_\_ стадій

а) чотирьох;

б) п'яти;

в) семи;

г) шести.

3. Первинною сировиною в технологічних процесах підприємств ресторанного господарства є \_\_\_\_\_.

а) продукція сільськогосподарства, яка піддається переробці на підприємствах ресторанного господарства;

б) сільськогосподарські продукти, що не пройшли технологічної обробки, а також харчові продукти, які підлягали повній або частковій переробці на

підприємствах галузей харчової промисловості;

в) сільськогосподарська сировина і харчові продукти, які використовуються у виробничому процесі в закладах ресторанного господарства;

г) сільськогосподарська сировина і продукція харчової промисловості, які зазнають фізико-хімічних перетворень у процесі їхньої переробки.

4. *Невеликий запас сировини, що не псується швидко (борошно, цукор, крохмаль, спеції тощо), доцільно створювати для \_\_\_\_\_.*

а) раціонального використання транспорту;

б) економії робочого часу;

в) раціонального розподілу робочого часу і матеріальних коштів;

г) економії грошей (оскільки продукція купується за гуртовими цінами).

5. *Продовольчі склади для зберігання сировини і харчової продукції обладнують ...*

а) полицями для зберігання контейнерів із продуктами, кондиціонерами, гігрометрами, барометрами, термометрами, вішаками;

б) лампами денного світла, холодильними і морозильними камерами, прилавками, полицями, контейнерами, вентиляторами і кондиціонерами;

в) притічно-втяжною вентиляцією, штучним освітленням, щільними дверима, вологостійкою термоізоляцією, товарними вагами, приладами для вимірювання вологості і температури повітря.

6. *Сухі продукти зберігають \_\_\_\_\_.*

а) за температури 20°C і відносної вологості повітря 70...75%;

б) за температури 24°C і відносної вологості повітря 65...70%;

в) за температури 18°C і відносної вологості повітря 60...65%;

г) за температури 16-18°C і відносної вологості повітря 45...55%.

7. *М'ясо, м'ясопродукти, птицю й рибу зберігають \_\_\_\_\_.*

а) в охолоджуваних камерах за t° 0...5°C і вологості повітря 90...95%;

б) в морозильних камерах за t° -4...0°C і вологості повітря 80...85%;

в) в холодильниках за t° -2...0°C і відносної вологості повітря 70...75%;

г) в холодильних камерах за t° 0...2°C і вологості повітря 50...65%.

8. *Охолоджене м'ясо в тушах, напівтушах і чвертинах за температури 0...5°C у підвищеному стані може зберігатися \_\_\_\_\_.*

а) до 10 діб;

б) до 5 діб;

в) 2 доби;

г) 24 год.

9. *Найменший термін зберігання мають напівфабрикати із січеного м'яса – ...*

а) 24 год;

б) 6 год;

в) не більше 12 год;

г) не більше 2 год.

10. *Охолоджена риба може зберігатися за температури, близької до 0°C ....*

а) не більше 2 діб;

б) 24 год;

в) не більше 12 год;

г) 5 діб.

11. *Жива риба може надходити тільки на ті підприємства ресторанного господарства, які \_\_\_\_\_.*

а) обладнані холодильними установками;

б) обладнані акваріумами;

в) мають у своєму штаті фахівців із обробки риби;

г) обладнані спеціальними установками для термічної обробки риби.

12. Овочі й зелень зберігають у холодильних камерах за  $t^{\circ} 5...10^{\circ}\text{C}$  у \_\_\_\_\_.
- а) спеціальних контейнерах; б) тарі з вентиляційними отворами;  
в) склянках з водою; г) паперових пакетах.
13. Заморожені харчові продукти зберігають у \_\_\_\_\_.
- а) морозильних камерах за температури  $-10^{\circ}\text{C}$ ;  
б) холодильних і морозильних камерах за температури  $-20^{\circ}\text{C}$ ;  
в) спеціальних контейнерах за температури  $-25^{\circ}\text{C}$ ;  
г) низькотемпературних холодильних камерах, шафах і прилавках за температури  $-15^{\circ}\text{C}$ .
14. Вироби з кремом зберігають у холодильних шафах за  $t^{\circ} 0...5^{\circ}\text{C}$  \_\_\_\_\_.
- а) від 1 до 3 днів; б) від 12 до 24 год; в) не більше 2 год.
15. Для відокремлення примерзлого пакувального матеріалу при розморожуванні досить часто застосовують \_\_\_\_\_.
- а) розпакування; б) підtepлення; в) замочування; г) відкорковування.
16. Розморожування продовольчої сировини можна здійснювати 2 способами:
- а) в холодній і теплій воді;  
б) в холодильній установці і без неї;  
в) у воді і на повітрі;  
г) в мікрохвильових печах і холодильних установках.
17. М'ясо, субпродукти першої категорії (язики, печінку, серце, нирки, мозок), птицю, пернату дичину, рибу цінних порід (осетрові, лососеві, палтус тощо) розморожують \_\_\_\_\_.
- а) у воді; б) на повітрі; в) у мікрохвильових печах; г) в окропі.
18. Оптимальна  $t^{\circ}$  води при розморожуванні продуктів повинна становити...
- а)  $+20^{\circ}\text{C}$ ; б)  $+36^{\circ}\text{C}$ ; в) не вище  $+15^{\circ}\text{C}$ ; г) не вище  $0^{\circ}\text{C}$ .
19. При сортуванні продовольчу сировину \_\_\_\_\_.
- а) розділяють за ступенем зрілості, відокремлюють пошкоджені екземпляри й домішки;  
б) перебирають, розділяють за однаковими розмірами;  
в) видаляють сліди механічного і бактеріального забруднення;  
г) розділяють за однаковими розмірами для подальшої теплової обробки.
20. Калібрування призначене для:
- а) відокремлення однакових за розмірами екземплярів;  
б) видалення неістівних і малоцінних частин у продуктах;  
в) розподілу за ступенем зрілості окремих продовольчих продуктів;  
г) видалення серцевини в окремих продуктах харчування.
21. Відокремлення неістівних і малоцінних у харчовому сенсі частин – це \_\_\_\_.
- а) калібрування; б) чищення; в) миття; г) сортування.
22. Занурення продукту в окріп на кілька хвилин або обробка його парою – це ...
- а) бланшування; б) калібрування;  
в) фламбування; г) замочування.



23. Панірування м'ясних, рибних та овочевих напівфабрикатів, призначених до смаження, застосовують для \_\_\_\_\_.
- а) покращення естетичного вигляду напівфабрикату;
  - б) отримання підсмаженої скоринки і покращення готового вигляду страв;
  - в) утримання в напівфабрикаті під час процесу приготування всіх корисних мікроелементів та покращення зовнішнього вигляду страви;
  - г) збереження їхньої форми, одержання характерної підсмаженої скоринки, а також для зниження втрат маси й насичення продукту жиром.
24. При зачищенні білокачанної капусти відходи і втрати становлять \_\_\_\_.
- а) 50%;
  - б) не більше 10%;
  - в) 20%;
  - г) 35%.
25. При обчищенні картоплі відходи і втрати становлять 40% \_\_\_\_.
- а) з 1 вересня;
  - б) з 1 січня;
  - в) з 1 листопада;
  - г) з 1 березня.
26. Маса картоплі при смаженні \_\_\_\_\_.
- а) практично не змінюється;
  - б) зменшується на 30-60%;
  - в) збільшується на 5-10%;
  - г) зменшується на 20-25%.
27. Температурні умови зберігання готової їжі регламентовані \_\_\_\_\_.
- а) санітарними правилами;
  - б) Збірником рецептур страв і кулінарних виробів для підприємств громадського харчування;
  - в) нормативними документами, розробленими на підприємствах харчування;
  - г) технічними умовами та інструкціями.
28. Температура холодних закусок і холодних солодких страв для споживачів має становити \_\_\_\_\_.
- а) 10...12°C;
  - б) 14...16°C;
  - в) 12... 14°C;
  - г) 20...22°C.
29. Підвищення температури зберігання охолодженої їжі і зниження температури зберігання гарячої їжі забороняється через те, що \_\_\_\_\_.
- а) змінюються фізико-хімічні характеристики холодних і гарячих страв;
  - б) за температури 25...50°C починають відбуватися мікробіологічні процеси у готовій їжі;
  - в) втрачаються корисні мікроелементи у зазначених стравах;
  - г) за температури нижче 65°C і вище 15°C у готова їжа втрачає свої органолептичні властивості.
30. Холодні закуски, десерти й напої можна зберігати \_\_\_\_\_.
- а) до 1 год;
  - б) до 1 доби;
  - в) від 2 до 4 год;
  - г) не більше 12 год.
31. Термін реалізації їжі після вторинної теплової обробки не повинен перевищувати \_\_\_\_\_.
- а) 0,5 год;
  - б) 1 доби;
  - в) 1-2 год;
  - г) 1 год.
32. Який спосіб організації споживання їжі передбачає наявність двох суміжних залів?
- а) шведський стіл;
  - б) самообслуговування;

- в) вільний вибір страв із подальшим розрахунком;
- г) з обслуговуванням офіціантами.

33. Дії підприємства ресторанного господарства, що доставляє готові страви, напої, посуд і все необхідне для організації прийому, банкету і спеціальних заходів за межами закладу харчування, – це...

- а) пікнік;
- б) кейтеринг;
- в) кава-брейк;
- г) доставка їжі.

34. Кейтеринг у приміщенні передбачає \_\_\_\_\_.

- а) надання замовнику обладнаних приміщень для проведення заходів;
- б) обслуговування на території замовника;
- в) надання послуг на території замовника з використанням його обладнання;
- г) доставку напівфабрикатів, готової їжі в спеціальних контейнерах.

35. Укладання договору на доставку напівфабрикатів, готової їжі в офіси, на будівельні і знімальні майданчики, щоб забезпечити харчуванням групи людей, – це \_\_\_\_\_.

- а) VIP-кейтеринг;
- б) соціальний кейтеринг;
- в) роз'їзний кейтеринг;
- г) роздрібна торгівля.

## ТЕМА 7. СПОСОБИ І ПРИЙОМИ ТЕПЛОВОЇ КУЛІНАРНОЇ ОБРОБКИ ПРОДУКТІВ

7.1. Способи і прийоми теплової кулінарної обробки при поверхневому нагріванні продуктів.

7.2. Теплова кулінарна обробка з використанням інфрачервоного випромінювання.

7.3. Спосіб теплової кулінарної обробки продуктів об'ємним нагріванням (струмами надвисокої частоти).

7.4. Нові й комбіновані способи теплової кулінарної обробки продуктів.

**Теплова кулінарна обробка** – це нагрівання продуктів у рідині за допомогою пари, власного соку, жиру і випромінювання. Її здійснюють під час приготування страв і кулінарних виробів, оскільки вона позитивно впливає на якість їжі, знезаражує і підвищує її засвоюваність.

Внаслідок теплової обробки:

- зменшується механічна міцність сировини;
- продукт набуває нових смакових і ароматичних властивостей, а це сприяє кращому його засвоєнню;
- підвищується калорійність страв;
- відбуваються зміни з білками, жирами і вуглеводами, які в процесі перетравлення легше розщеплюються ферментами.

Під час теплової обробки в продуктах відбуваються складні фізико-хімічні процеси (клейстеризація крохмалю, денатурація і коагуляція

білків, карамелізація цукрів тощо). Після завершення теплової обробки деякі продукти розм'якшуються, стають більш соковитими (овочі, крупи, бобові, макаронні вироби), інші – ущільнюються (яйця, сир, мозок), набувають приємного смаку й аромату, завдяки чому викликають апетит і підвищують засвоюваність їжі.

Теплову обробку продуктів поділяють на **основну, допоміжну і комбіновану**. До **основних** способів належать варіння і смаження, до **комбінованих** – тушкування і запікання, до **допоміжних** – пасерування, бланшування, обсмалювання і термостатування.

### **7.1. Способи і прийоми теплової кулінарної обробки при поверхневому нагріванні продуктів**

При поверхневому нагріванні продукт безпосередньо контактує з теплопередавальним (нагрівальним) середовищем або об'єктом (вода чи інша рідина, водяна пара, жир, розігріта металева поверхня та ін.). Практичне значення при цьому мають такі технологічні й теплофізичні параметри процесу: температура продукту і теплопередавального середовища; тривалість нагрівання продукту; питома потужність теплового апарата і можливість плавного регулювання щільності теплового потоку від джерела теплової енергії до продукту, що нагрівається.

До *способів і прийомів теплової кулінарної обробки при поверхневому нагріванні продуктів* належать: варіння в рідкому середовищі й парою, припускання, тушкування, пасерування, смаження з невеликою кількістю жиру, з повним зануренням продукту в жир (у фритюрі), у напівфритюрі (брезирування), на розігрітій металевій поверхні без жиру, запікання й випікання продуктів у жарових шафах, термостатування готової їжі.

У технічній літературі зазвичай виділяють **два основних способи** теплової кулінарної обробки продуктів – варіння й смаження, інші перелічені вище прийоми розглядаються як їхні різновиди.

**Варіння** – універсальний спосіб теплової кулінарної обробки, де теплопередавальним середовищем є вода, волога насичена пара або суміш води й пари. За допомогою варіння можна довести до кулінарної готовності будь-який продукт чи напівфабрикат. Проте деякі продукти (наприклад, риби родини коропових, сом, навага, палтус та ін., вироби із сиру, дріжджового тіста й деяких видів бездріжджового тіста) мають вищі смакові якості в смаженому вигляді.

**Варіння в рідкому середовищі з повним зануренням продукту в рідину** (воду, бульйон, молоко, цукровий сироп) широко застосовується в закладах ресторанного господарства. При варінні в рідкому середовищі в продуктах відбуваються фізико-хімічні процеси, у результаті яких із продукту у воду переходять розчинні речовини: білки, низькомолекулярні азотисті речовини, цукри, мінеральні речовини, вітаміни та ін.

Для варіння продуктів у рідкому середовищі застосовують варильні апарати різних конструкцій, наплитний посуд і спеціальні теплові апарати (сосисковарки, яйцеварки та ін.). Незалежно від виду варильної апаратури, подавання теплової енергії у варильне середовище здійснюють у **два етапи**: на першому – нагрівання максимальне, на другому, після закипання рідини, – мінімальне для підтримки режиму повільного кипіння.

Опис варіння продуктів у рідкому середовищі буде неповним, якщо не згадати про технологічну необхідність короткочасного варіння продуктів у воді впродовж 2...10 хв, що називається *бланшуванням* або варінням до напівготовності. Застосовується для бланшування порційних шматків осетрової риби, проварювання білокачанної капусти та інших овочів, призначених для фарширування, деяких видів продовольчої сировини на стадії гідромеханічної обробки. Продукти в таких випадках занурюють у киплячу воду з високим гідромодулем.

**Варіння продуктів у середовищі вологої насиченої водяної пари** здійснюється в парових камерах, оснащених автономним парогенератором. Сучасні підприємства ресторанного господарства мають парові камери двох типів: ті, що працюють при атмосферному тиску, з температурою пари в робочому об'ємі 105...107°C, і ті, що працюють при підвищеному тиску (до 200 кПа), з температурою пари в робочому об'ємі близько 120°C.

Варіння парою має переваги порівняно з варінням у воді: продукт не деформується, у конденсат із продукту переходить менше розчинних речовин. Його застосовують при організації дієтичного та лікувально-профілактичного харчування, а також у ресторанах і спеціалізованих підприємствах ресторанного господарства.

Нині підприємства ресторанного господарства використовують *конвектомати* – універсальні теплові апарати, призначені для варіння продуктів вологою насиченою водяною парою і смаження продуктів у середовищі перегрітої пари. Конвектомати оснащені комп'ютерами й іншими засобами автоматичного керування технологічним процесом.

**Припускання продуктів** у пароводяному середовищі здійснюють у закритих посудинах, де є вода (10...30% до маси продукту) і волога насичена водяна пара, що утворюється у процесі нагрівання. Спеціалізованої апаратури для припускання немає, тому використовують наплитний посуд – невисокі каструлі й сотейники зі щільно закріпленими кришками. Під час припускання менша частина продукту перебуває у воді, а більша – у середовищі пари; температура у варильному просторі сягає приблизно 100°C. Тривалість припускання продуктів близька до тривалості варіння у воді. Цей спосіб зазвичай застосовують для продуктів, що не потребують тривалої теплової обробки: картоплі, моркви, риби цінних порід, курчат тощо.

**Пашотування, пашот** (від фр. *poché*) – спосіб теплової обробки їжі, варіант томління, який полягає в достатньо тривалому приготуванні продукту в рідині (це може бути вода, бульйон, молоко, вино) за температури, нижчої від точки кипіння (зазвичай у діапазоні 71-82°C), що робить цей метод придатним для приготування ніжних продуктів, таких як яйця («пашот»), птиця, риба та фрукти, які можуть втратити текстуру, форму та соковитість при застосуванні інших методів. Тому термін «пашот» вживається тоді, коли вихідний продукт ніжний спочатку, на відміну від типового томління, що часто використовується для розм'якшення. Часто пашот вважають методом приготування здорової їжі, оскільки в ньому не використовується жир для приготування.

**Тушкування продуктів**, як і припускання, здійснюють у закритому посуді в пароводяному середовищі. Деякі продукти перед тушкуванням злегка обсмажують, а потім додають спеції, приправи, воду або бульйон іноді замінують готовим соусом. Склад страв, що готують тушкуванням, зазвичай багатокomпонентний. З допомогою тушкування готують картоплю, овочі, м'ясо, птицю. Температура у варильному середовищі під час тушкування приблизно становить 100°C, таку ж температуру підтримують у всьому продукті. Тривалість тушкування зазвичай на 15...20% більша, ніж варіння і припускання.

**Томління, чи напарювання**, – техніка приготування страв за допомоги повільного, тривалого тушкування за постійної невисокої температури (зазвичай нижчої за точку кипіння води) у щільно закритому посуді. Напарені страви зберігають ніжну консистенцію.

**Смаження продуктів з невеликою кількістю жиру** (5...8% до маси продукту) – це сухе нагрівання продукту. Поверхня продукту контактує з жиром, розігрітим до 150...160°C. Жир слугує теплопередавальним

середовищем і обмежувачем температури. Смаження з невеликою кількістю жиру здійснюють на відкритій поверхні у функціональних емкостях, звичайних листах, сковородах, температуру яких під час смаження підтримують на рівні 220...250°C.

З невеликою кількістю жиру смажать картоплю, кабачки, баклажани, помідори, цибулю, м'ясні напівфабрикати, рибу, напівфабрикати із птиці й дичини, овочеві та круп'яні котлети, сирники, ячні і борошняні страви. У результаті зневоднення поверхневого пласту продукту та складних фізико-хімічних перетворень харчових речовин смажені вироби набувають рівномірно забарвленої підсмаженої скоринки. Для смаження рекомендують використовувати безводні жири: рафіновану рослинну олію (для картоплі, овочів, риби), розтоплені тваринні (для м'яса, птиці), а також спеціальні кулінарні.

**Смаження продуктів з повним зануренням у жир (у фритюрі)** широко застосовують для приготування картоплі, цибулі, риби, нерибних морепродуктів, борошняних кулінарних виробів. М'ясні продукти і птицю обсмажують у фритюрі після попереднього варіння до готовності.

Для смаження у фритюрі використовують електрофритюрниці (жарові ванни з нержавіючої сталі). Унизу фритюрниці розташована холодна зона, куди осідають частки продукту, які потім видаляються. За відсутності холодної зони створюються умови для обуглювання решток і забруднення фритюру. Використовувати для смаження у фритюрі посуд із чавуну або вуглецевої сталі не рекомендується.

Перед смаженням продуктів у фритюрі спочатку обсушують надто зводнені продукти, панірують напівфабрикати у борошні, яєчному льезоні та сухарях (або хлібних крихтах). При смаженні у фритюрі маса напівфабрикату не повинна перевищувати 50...80 г. Фритюрний жир розігрівають до 170...180°C, продукт обсмажують 3...5 хв, при цьому температура в товщі продукту сягає 85...100°C, а в поверхневому шарі – 120...130°C, що сприяє утворенню на всій поверхні обсмаженого продукту специфічної скоринки. Для смаження використовують безводні рафіновані жири, термостійкі до димоутворення й окислення.

**Смаження продуктів у напівфритюрі**, яке іноді називають **брезируванням**, застосовують для обсмажування курчат і дичини цілими тушками й напівтушками з подальшим досмажуванням у жаровій шафі. Для смаження використовують високоякісні розтоплені тваринні жири (яловичий, свинячий) або розтоплене масло у співвідношенні із продуктом 3:1.

**Смаження продуктів без жиру** застосовують для приготування м'ясних порційних виробів (біфштекс, лангет, антрекот, ескалоп тощо). Плити, призначені для смаження м'яса без жиру, зазвичай настольного типу, їх жарова поверхня виготовлена з легованого чавуну, що має підвищену стійкість до теплових ударів.

**Запікання** широко застосовують для приготування закусок і страв з овочів, грибів, круп, риби, м'яса. Для запікання використовують жарові шафи різної конструкції, але обов'язково з нижнім і верхнім обігрівом, природною або примусовою циркуляцією гарячого повітря чи перегрітої водяної пари.

Залежно від виду кулінарної продукції температуру в шафах підтримують у межах 220...280°C; критерій готовності запеченої продукції – утворення на поверхні виробів підсмаженої скоринки.

Однопорційні закуски із грибів, риби, нерибних морепродуктів, птиці, дичини, розфасовані в кокотниці, кокильніці (раковини) або порційні сковорідки, ставлять на лист і запікають при 270...280°C упродовж 15...20 хв. Закуски й страви у багатопорційних сковородах і листах або у функціональних емкостях (фаршировані овочі, овочеві, круп'яні і сирні запіканки, риба, м'ясо, птиця, дичина в соусі та ін.) запікають при 220...250°C від 30 хв до 1 год.

**Випікають** кулінарні і кондитерські вироби з тіста. Їх розміщують на кондитерських листах або у функціональних емкостях. Дрібноштучні вироби (пиріжки, ватрушки тощо) випікають 8...10 хв при 230...240°C, більші вироби (кулеб'яки, пироги) – 30...40 хв при 220...230°C.

**Термостатування** готової їжі необхідне для її поточного зберігання на підприємствах ресторанного господарства. Для термостатування готової гарячої їжі використовують водяні й повітряні марміти, які забезпечують підтримку температури супів і напоїв на рівні 85°C, інших гарячих страв – 65°C упродовж 2 год.

**Пасерування** – допоміжний спосіб теплової кулінарної обробки. При пасеруванні подрібнені продукти (цибулю, моркву, білий ароматичний корінь петрушки, селери, пастернаку, пюре, борошно) прогрівають у жирі при 120...130°C. Овочі пасерують або до напівготовності (для соусів, супів, тушкованих й інших страв, у складі яких пасеровані овочі піддають додатковій тепловій обробці до готовності), або до готовності (для фаршів-начинок, солянок й ін.). При пасеруванні овочів і пюре із продуктів у жир переходять смакові, ароматичні речовини та барвники, у результаті чого вони ніби фіксуються й утримуються жиром.

Для пасерування борошна використовують безводні жири, при цьому застосовують два прийоми пасерування: без зміни кольору борошна (для білих соусів і супів) і більш глибоке прогрівання борошна до жовтуватого кольору різних відтінків (для червоних соусів).

## **7.2. Спосіб теплової кулінарної обробки з використанням інфрачервоного випромінювання**

Теплова кулінарна обробка продуктів у потоці електромагнітного випромінювання інфрачервоного спектра відбувається без їхнього контакту з теплопередавальною поверхнею або теплоносієм. Спосіб заснований на тому, що вільна вода, яка втримується в кулінарних напівфабрикатах, інтенсивно поглинає ІЧ-випромінювання з хвилею завдовжки 0,75...2,5 мкм, нагріваючи поверхневий шар продукту. Енергія випромінювання, перетворена на теплову, передається нижнім шарам продукту аж до його центру. При цьому температура глибинних пластів продукту сягає 80...85°C, а температура поверхневого шару – 130°C, що сприяє утворенню на продукті барвистої підсмаженої скоринки. Отже, тепла кулінарна обробка інфрачервоним випромінюванням – це не що інше, як **смаження**.

ІЧ-нагрівання як самостійний спосіб теплової кулінарної обробки застосовують для смаження у грилях-апаратах м'яса, птиці, риби як у натуральному вигляді, так й у вигляді різних напівфабрикатів. Найбільше поширення на підприємствах ресторанного господарства одержали **електрогрилі**, в яких напівфабрикати або нанизують на шпалки (шампури), або розкладають на решітках. В обох варіантах конструкцією апаратів передбачається напрямок усього потоку променевої енергії на продукт, а також підтримка порівняно високої температури в жаровому просторі (170...250°C). На підприємствах ресторанного господарства застосовують апарати інфрачервоного нагрівання періодичної дії з різним ступенем механізації й автоматизації та захисту персоналу від ураження ІЧ-промінням.

У спеціалізованих підприємствах ресторанного господарства (шашличних, національних ресторанах та ін.) для смаження шашликів та інших виробів з м'яса, птиці й риби застосовують **печі (мангали)**, де джерелом інфрачервоного випромінювання є палаюче деревне вугілля. Над мангалами встановлюють витяжні вентиляційні короби.

Сьогодні конкуренцію електрогрилям і мангалам сміливо складають інші види сучасних пристроїв – тандири і хоспери. **Тандир** – це одне з найдавніших вогнищ людської цивілізації, яке походить від



народів Азії, Кореї, Китаю. Піч, виготовлена зі спеціальної каолінової глини, має циліндричну форму й оздоблена цікавими орнаментами в східному стилі. Її використовують для приготування широкого спектра страв: м'яса, птиці, риби, овочів. Можна навіть випікати борошняні вироби, різноманітні пиріжки. В тандирі страви готуються способом томління, завдяки чому всі страви відрізняються ніжною консистенцією і приголомшливим смаком.

Принцип дії тандиру полягає в тому, що глина, з якої виготовляються ці печі, впродовж 1-1,5 год добре розігрівається за допомогою дров, які спалюються всередині печі. Після того, як дрова згоріли, забирається вугілля, та рештки дров. Помістивши страву всередину печі, її герметично закривають кришкою і стежать за приготуванням, як за мангалом чи барбекю.

**Хоспер** – це потужна іспанська піч, оснащена датчиком температури, повітроводом, заслінкою (з допомогою якої можна збільшити або зменшити температуру), чавунним колосником, на який засипають деревне вугілля, та сталевими решітками, де смажаться напівфабрикати. Особливість хоспера в тому, що страви готуються швидше, ніж на звичайному мангалі.

Перевага хоспера – висока температура всередині печі, тепло рівномірно розподіляється і підтримується впродовж тривалого часу. В результаті дії високої температури всередині м'яса зберігається природний сік, страви готуються швидко, а оскільки м'ясо смажить на відкритому вогні, воно запікається та карамелізується ззовні.

Хоспери досить економічні, порівняно з іншими видами мангалів і грилів, на день може вистачити 3 кг вугілля. У відкритому мангалі вугілля перегорає в очікуванні замовлення. До того ж на розпал та роздмухування потрібно більше часу. У хоспері, завдяки його конструкції, робоча температура всередині становить 350-400°C і можна перекрити доступ повітря до вугілля, яке законсервується доти, поки не з'явиться замовлення. У такому стані вугілля можна тримати кілька годин. Воно миттєво «прокидається», як тільки відкривається заслінка, і знову можна готувати. За рахунок «сплячого» режиму витрати можна зменшити на 40%.

### **7.3. Спосіб теплової кулінарної обробки продуктів об'ємним нагріванням (струмами надвисокої частоти)**

Об'ємне нагрівання в електричному полі надвисокої частоти (НВЧ) ґрунтується на діелектричних властивостях практично всіх харчових

продуктів і кулінарних напівфабрикатів. Теплова енергія поширюється спонтанно по всьому периметру продукту, завдяки чому він нагрівається до 100°C за кілька хвилин. Однак продукт при цьому не досягає кулінарної готовності, бо фізико-хімічні перетворення харчових речовин, у результаті яких формуються смак, запах і консистенція готового продукту, відбуваються через деякий час. А тому НВЧ-апарати (**мікрохвильові печі**) ефективніші для розігрівання готової охолодженої й замороженої їжі, а також у поєднанні з іншими видами нагрівання.

*Загальні рекомендації:*

- можна використовувати посуд тільки зі термостійкого скла, порцеляни, фаянсу без металевих покриттів й «золотих» ободків, малюнків, написів. Придатний також посуд зі спеціального пластику, кераміки. Деякі печі призначені для роботи тільки з металевим посудом і фольгою. Краще вибирати ємкості, які прогріваються рівномірно (рівносторонні, круглі або невеликі);
  - в окремих випадках продукти готують і без посуду, наприклад, овочі в поліетиленовому пакеті. Для цього вимиті овочі цілими укладають у пакет, закручують і підгортають його краї. При нагріванні пакет наповнюватиметься теплим повітрям і збільшуватиметься в об'ємі. Овочі при цьому дуже швидко доходять до готовності;
  - продукти неправильної форми кладуть товстими краями на край блюда, тонкими – до центру;
  - продукти повинні лежати рівним шаром, а не гіркою;
  - не можна варити яйця в шкаралупі без води;
  - варто проколювати шкірочку печеної картоплі, цілих яблук, щоб запобігти розтріскуванню;
  - щоб продукти не підсихали, їх готують при закритій кришці;
  - мінімальне завантаження камери мікрохвильової печі – 200 г;
  - варто використовувати м'ясо з невеликою кількістю з'єднувальних тканин або січене м'ясо;
  - крупи попередньо варто замочувати щонайменше на годину, сухофрукти — на 20 хвилин;
  - м'ясо рекомендується нарізати шматочками однакових форм і розмірів;
  - щоб страва вийшла соковитою і смачною, під час її приготування рекомендується додавати воду: до м'яса, птиці, риби – 5-10% від маси продукту, до подрібнених овочів – 20-30%;
  - м'ясо, приготовлене в мікрохвильовому режимі, не

підрум'янюється. Щоб підрум'янити його, варто використати коричневі приправи, наприклад, соєвий соус. Рум'яна скоринка з'явиться також при обсмажуванні в попередньо розігрітій посуді з феритовим покриттям, у склокерамічній посуді.

Час доведення продукту до готовності в мікрохвильовій печі залежить від низки факторів: величини порції, обраної потужності, діелектричних властивостей продукту, виду посуду.

Разом з такими допоміжними операціями, як розігрівання кулінарної продукції, мікрохвильові печі також можна використати для того, щоб розтопити шоколад, розм'якшити вершкове масло, «розпустити» желатин, висушити гриби, овочі тощо.

#### **7.4. Нові й комбіновані способи теплової кулінарної обробки продуктів**

У сучасну ресторанну кухню прийшло чимало технологічних новинок, які широко застосовуються в інших країнах. Ось деякі з них.

Приготування на сковороді **вок**. Цей вид посуду здавна широко використовується в азійській кухні. Наразі через неабияку увагу до кухні Сходу, вок активно застосовують і в європейських ресторанах. Завдяки сферичній формі сковороди й високій температурі нагрівання, продукти, нарізані невеликими шматочками, майже миттєво прогріваються в найгарячійшій точці і швидко доходять до готовності. Перед смаженням м'ясо, рибу, птицю зазвичай маринують і обсушують. Жир у сковороді має бути добре прогрітий, перше ніж туди потрапить підготовлений продукт. Як правило, обсмажують продукти окремо за видами і невеликими партіями, перемішуючи дерев'яними паличками. Вок підходить для будь-яких способів теплової обробки: варіння, варіння на парі (у бамбукових кошиках), тушкування, смаження, у т.ч. й у фритюрі (потрібно значно менше жиру).

**Come** – ця назва прийому кулінарної обробки має французьке походження. Полягає він у миттєвому опусканні продукту в невелику кількість киплячого масла з метою руйнування клітинних структур. У цього терміну декілька значень, і одне з них — «стрибати» або «підкидати». Сковорода або лист швидко рухається назад-вперед і вгору-вниз так, що продукт, який готується, вдаряється об бічні стінки сковороди й підстрибує, перевертаючись у повітрі й падаючи назад. Сотування використовують тоді, коли смажать м'ясо, птицю, картоплю, кабачки, цибулю або нирки, нарізані тоненькими скибочками чи шматочками, струшуючи їх на сковороді в невеликій кількості гарячого жиру або масла. Смажать, доки вони не стануть золотаво-рум'яними.

**Папільйот** – спосіб теплової обробки, що передбачає приготування їжі, загорнутої в папір. Останнім часом папір замінюють фольгою або термостійкою вініловою плівкою, іноді спеціальними пластиковими пакетами. Даний метод використовується, якщо потрібно максимально зберегти природну вологість продукту, сік та ароматичні речовини.

Продукти щільно загортають у промаслений папір або фольгу так, щоб пара не виходила в процесі теплової обробки і зберігалася натуральний смак та поживні речовини. Температура запікання повинна становити близько 200°C.

**Фламбування** – це підпалювання кулінарного виробу, до складу рецептури якого входить алкогольний компонент. Воно може бути кінцевим етапом приготування страви, і тоді його можна робити в присутності гостей безпосередньо в залі ресторану. Фламбування іноді є одним із проміжних етапів приготування страви, наприклад пюреподібного супу з раків і морепродуктів. Якщо в першому випадку воно стає, насамперед, елементом комерційної привабливості ресторану, своєрідним шоу, то в другому – використовується для створення ароматичного й смакового букету.

Незалежно від способів застосування, варто *дотримуватися правил техніки безпеки*. Якщо алкоголь додавати прямо на розпечену сковороду із пляшки, то полум'я, яке утвориться при зіткненні спирту з розпеченою сковородою, може охопити пляшку з алкоголем, спричинивши вибух. Будь-який алкогольний напій, незалежно від його міцності, що використовується для фламбування, повинен наливатися з невеличких посудин із широким «носом». Безпечніше налити алкогольний напій у невелику склянку або ложку, повільно вилити його на теплу, але не розпечену поверхню сковороди й лише потім нагрівати. Не можна наливати рідину близько до відкритого вогню або до вже палаючої страви.

**Приготування у вакуумі «су-від»** (фр. *sous-vide*, що означає «під вакуумом») – для сфери ресторанного господарства не є новинкою. Насправді ще в підручниках технології 1975 року був наведений відносно докладний його опис і всі переваги варіння у вакуум-апаратах. У ресторанний світ цей спосіб приготування кулінарної продукції прийшов нещодавно, і застосовують його у новій інтерпретації.

Підготовлену сировину вміщують у полімерні пакети, з яких видаляється повітря, і вони герметично закриваються. Пакети обробляються паром низького тиску (при 70-100°C), а потім їх охолоджують до 3°C.

За такої температури термін зберігання готової кулінарної продукції становить від 1 до 3 тижнів. Перед використанням продукція може розігріватися прямо в пакетах на водяній бані (за температури 85°C) або за допомогою сучасного обладнання (НВЧ-печей або пароконвектоматів). Цей спосіб найбільш доречний у поєднанні із шоким замороженням та обробкою в пароконвектоматі.

Переваги вакуумного приготування полягають у тому, що воно робить молекулярну структуру клітин незмінною, зменшує деформацію продуктів, надає неповторного аромату, дозволяє готувати їжу без жиру, додати їй дієтичної спрямованості завдяки відсутності скоринки.

Страви у вакуумних упаковках можуть мати гарантовано точну калорійність і харчову цінність, а отже, можна реалізувати ідею створення «здорового» меню. Завдяки цій технології 80% продуктів можна готувати заздалегідь, гарантуючи при цьому високу якість страв. Вони не тільки добре зберігають смак і зовнішній вигляд, але й заощаджують час шеф-кухаря, залишаючи при цьому можливість для творчої реалізації. Втрати маси продуктів, приготовлених цим способом, істотно скорочуються.

**Сушіння фруктів, овочів** – використовується в ресторанній практиці не для консервування продуктів, а для одержання чіпсів. Чіпси – це дуже тонкі зрізи овочів (баклажанів, топінамбура, цукіні тощо) і фруктів (апельсинів, грейпфрутів, яблук тощо), підсушені в духовій шафі до хрусткого стану. Фрукти, як правило, попередньо проварюють у цукровому сиропі, а потім підсушують у духовці при 100°C. Чіпси зазвичай використовують для прикрашання ресторанных страв. Крім декоративної, вони виконують неабияку функцію в смаку страви, наприклад, створюють контраст ніжного присмаку мусів і хрустких чіпсів.

**Кандирування** (від англ. *candied*) – метод консервування свіжих фруктів у цукровому сиропі для збільшення вмісту в них цукру до 70% і зниження вмісту води для отримання цукатів. Для кандирування зазвичай використовується вишня, ананас, слива, імбир, полуниця, шкірка цитрусових, кавун, груша, гарбуз, папая, а також деякі види квітів (наприклад, фіалки).

**Підпікання** – допоміжний спосіб при тепловій обробці цибулі, моркви, коренів для приготування бульйонів, його використовують лише як допоміжний. Але останнім часом він став більш поширеним, модним і часто застосовується у приготуванні страв з риби й

морепродуктів. Ця технологія є компромісом між японськими сашімі і приготуванням на грилі. Фактично застосовується та ж техніка, що й у приготуванні майже сирого м'яса. На розпечену сковороду кладуть підготовлений шматок риби, потримавши трохи з одного боку, перевертають на інший, а потім майже відразу подають на стіл. У результаті утвориться ароматна хрустка скоринка, а всередині риба залишається ніжною, соковитою і практично сирою. Приготовлена у такий спосіб риба, рідше м'ясо, стає основним інгредієнтом популярних нині «теплих салатів» з різними видами листових овочів і навіть із фруктами. Підпечену рибу перед подаванням спеціально розламують або нарізають скибочками, щоб було видно цей незвичайний контраст. Найчастіше використовують для таких потреб тунця і морського гребінця.

Технологію інтенсивного охолодження і шокового замороження давно й успішно застосовують у Європі ресторани різного рівня – від елітних до демократичних. Основна відмінність **шокового замороження** полягає в тому, що температура готового кулінарного виробу знижується з 85°C до -18°C не за 12-24 години, а максимум за 4. При цьому зменшуються втрати вологи, мінімізуються небажані біохімічні зміни, краще зберігається поживна цінність продукту. Страва, заморожена у такий спосіб, за своїми властивостями еквівалентна свіжій або охолодженій. Після інтенсивного замороження кулінарна продукція зберігається удвічі-утричі довше за звичайну без втрат якості. Важливими перевагами шокового замороження є зведення до мінімуму розвитку мікроорганізмів у продуктах і висока гігроскопічність.

При **інтенсивному охолодженні** температура кулінарної продукції після її приготування знижується одразу за 2 години мінімум до 10°C усередині і до 0-4°C на поверхні. Інтенсивне охолодження на відміну від замороження займає не тільки менше часу, але воно менш енергоємне з мінімальними втратами маси. Апарати інтенсивного охолодження також набагато дешевші.

Шокове замороження й інтенсивне охолодження використовуються зазвичай у великих ресторанах, потужність яких дозволяє не тільки обслуговувати відвідувачів, але й робити напівфабрикати і кулінарну продукцію для реалізації поза підприємством. В елітних ресторанах ці технології можуть застосовуватися у повсякденній практиці для продуктів з невеликим строком зберігання та тих, що використовуються в обмеженій кількості. Застосування шокового замороження й інтенсивного охолодження можливе і в кондитерських цехах ресторанів,

а також при підготовці виїзних банкетів (кейтерингових заходів).

Кожен спосіб теплової кулінарної обробки продуктів має недоліки, які знижують якість готової продукції і підвищують витрати на приготування їжі. У зв'язку із цим поширення набувають комбіновані способи теплової обробки, де поверхнєве нагрівання поєднується з об'ємним, НВЧ-нагрівання з ІЧ-нагріванням. Останнім часом НВЧ-апарати випускають у комбінації з інфрачервоним нагріванням, що робить їх досить ефективними при приготуванні страв різноманітного асортименту.

### **Запитання та завдання для самоперевірки**

1. Дайте визначення поняття «теплова кулінарна обробка» та назвіть основні характеристики процесу.

2. Розкрийте сутність теплової обробки продуктів при поверхневому нагріванні.

3. Назвіть способи і прийоми теплової обробки продуктів при поверхневому нагріванні.

4. Охарактеризуйте основні види варіння (з повним зануренням у рідину, в пароводяному середовищі, в середовищі насиченої водяної пари). Які види посуду використовують при цьому?

5. Що таке припускання? Які види продуктів готують таким способом?

6. Дайте визначення способу теплової обробки їжі «пашотування».

7. Розкрийте сутність тушкування. Для яких видів продуктів цей спосіб теплової обробки найбільш вдалий?

8. Назвіть і охарактеризуйте різні види смаження. Який посуд використовують для різних видів смаження?

9. Дайте характеристику запікання та випікання.

10. Охарактеризуйте спосіб теплової кулінарної обробки з використанням інфрачервоного випромінювання.

11. В чому сутність роботи сучасних пристроїв тандира і хоспера?

12. Для яких потреб доцільно використовувати спосіб теплової обробки продуктів об'ємним нагріванням (струмами надвисокої частоти)? Розкрийте загальні рекомендації користування мікрохвильовими печами.

13. Назвіть та охарактеризуйте нові способи теплової кулінарної обробки продуктів.

14. В чому сутність «фламбування»? Яких правил техніки безпеки варто дотримуватись при застосуванні цього прийому?

15. Охарактеризуйте технологію інтенсивного охолодження та шокового заморозження.

### **Тести для самоконтролю**

1. Нагрівання продуктів у рідині за допомогою пари, власного соку, жиру і випромінювання – це \_\_\_\_\_.

- а) варіння;                      б) тепла кулінарна обробка;                      в) смаження.

2. *Теплову обробку продуктів поділяють на \_\_\_\_\_.*  
 а) основну, допоміжну і комбіновану; б) основну і додаткову;  
 в) традиційну, новітню і комбіновану; г) класичну, нову і комбіновану.
3. *При поверхневому нагріванні теплопередавальним (нагрівальним) середовищем або об'єктом може виступати \_\_\_\_\_.*  
 а) випромінювання інфрачервоного спектра (ІЧ-випромінювання);  
 б) випромінювання надвисокої частоти (НВЧ-випромінювання);  
 в) вода, водяна пара, жир, розігріта металева поверхня;  
 г) газова, електрична поверхня, жарова шафа, мікрохвильова піч тощо.
4. *До основних способів теплової кулінарної обробки відносять \_\_\_\_\_.*  
 а) запікання і випікання; б) варіння і смаження;  
 в) припускання і тушкування; г) варіння і запікання.
5. *Бланшування – це \_\_\_\_\_.*  
 а) короткочасне варіння продуктів у воді впродовж 2...10 хв;  
 б) короткочасне занурення продукту в жир впродовж 2...10 хв;  
 в) обливання готового продукту алкогольним напоєм і підпалювання його;  
 г) обсмажування продуктів у напівфритюрі.
6. *Конвектомати – це універсальні теплові апарати, призначені для \_\_\_\_\_.*  
 а) варіння харчових продуктів при високих температурах і тиску;  
 б) консервування харчових продуктів під дією високої температури і тиску;  
 в) варіння продуктів вологою насиченою водяною паром і смаження у середовищі перегрітої пари;  
 г) припускання харчових продуктів та їхнього запікання.
7. *Який вид теплової обробки здійснюють у закритому посуді у пароводяному середовищі, де є 10...30% від маси продукту води і волога насичена водяна пара?*  
 а) тушкування; б) пасерування; в) бланшування; г) припускання.
8. *Спосіб теплової обробки їжі, який полягає в достатньо тривалому приготуванні продукту в рідині за температури, нижчої від точки кипіння, називається \_\_\_\_\_.*  
 а) тушкуванням; б) припусканням; в) пашотуванням; г) варінням.
9. *Який вид теплової обробки здійснюють у закритому посуді в пароводяному середовищі, причому деякі продукти спочатку злегка обсмажують, а потім додають спеції, приправи, а склад трав зазвичай багатокomпонентний?*  
 а) припускання; б) тушкування; в) пасерування; г) деглясування.
10. *Кartоплю, кабачки, баклажани, помідори, цибулю, м'яси напівфабрикати, рибу, напівфабрикати із птиці й дичини, овочеві та круп'яні котлети, сирники, яєчні і борошняні страви смажать \_\_\_\_\_.*  
 а) без жиру; б) з повним зануренням у жир;  
 в) з невеликою кількістю жиру; г) у напівфритюрі.



11. Смаження продуктів з повним зануренням у жир (у фритюрі) широко застосовують для приготування \_\_\_\_\_.

а) картоплі, цибулі, риби, нерибних морепродуктів, борошняних кулінарних виробів;

б) кабачків, баклажанів, помідорів;

в) м'ясних напівфабрикатів і птиці;

г) виробів з тіста, круп'яних виробів.

12. Для обсмажування курчат і дичини цілими тушками й напівтушками з подальшим досмажуванням у жаровій шафі застосовують спосіб теплової обробки – \_\_\_\_\_.

а) тушкування; б) фламбування; в) брезирування; г) припускання.

13. Для приготування м'ясних порційних виробів (біфштекс, лангет, антрекот, ескалоп тощо) застосовують \_\_\_\_\_.

а) смаження у фритюрі;

б) смаження без жиру;

в) смаження у напівфритюрі;

г) смаження на грилі.

14. Для приготування гарячих закусок і страв з овочів, грибів, круп, риби, м'яса застосовують \_\_\_\_\_.

а) фламбування; б) запікання; в) смаження у фритюрі; г) випікання.

15. Який спосіб теплової обробки застосовують для приготування кулінарних і кондитерських виробів з тіста?

а) смаження у фритюрі;

б) фламбування;

в) запікання;

г) випікання.

16. Для термостатування готової їжі на підприємствах ресторанного господарства використовують \_\_\_\_\_.

а) каструлі; б) термоси; в) марміти; г) термостати.

17. Допоміжним способом для теплової кулінарної обробки цибулі, моркви, кореня петрушки, селери, пастернаку, борошна вважають \_\_\_\_\_.

а) припускання; б) тушкування; в) смаження; г) пасерування.

18. Теплова кулінарна обробка інфрачервоним випромінюванням – це не що інше, як \_\_\_\_\_.

а) випікання; б) смаження; в) запікання; г) тушкування.

19. Яким способом готуються страви в тандирі?

а) смаженням; б) тушкуванням; в) томлінням; г) варінням.

20. Для розігрівання готової й замороженої їжі у поєднанні з іншими видами нагрівання на підприємствах ресторанного господарства використовують \_\_\_\_\_.

а) жарові шафи; б) НВЧ-апарати; в) сковороди; г) каструлі.

21. Який вид посуду придатний для будь-яких способів теплової обробки: варіння, варіння на парі, тушкування, смаження, у тому числі у фритюрі?

а) термостат; б) сковорода вок; в) конвектомат; г) сотейник.

22. Який прийом кулінарної обробки використовують, коли смажать м'ясо, птицю, картоплю та ін., нарізані тоненькими скибочками чи шматочками, стішуючи їх на сковороді в невеликій кількості гарячого жиру або олії?  
а) сотування; б) фламбування; в) підпікання; г) смаження.
23. Як називається спосіб теплової обробки, що передбачає приготування їжі, загорнутої в папір?  
а) фольгування; б) запікання; в) випікання; г) папільйот.
24. Підпалювання кулінарного виробу, до складу рецептури якого входить алкогольний компонент, називається \_\_\_\_\_.  
а) фаер-шоу; б) бланшуванням; в) фламбуванням; г) папільйотом.
25. Який спосіб теплової обробки дозволяє 80% продуктів готувати заздалегідь, гарантуючи високу якість страв і пропагуючи «здорове меню»?  
а) варіння на парі; б) приготування у вакуумі;  
в) запікання; г) приготування у конвектоматах.
26. Сушіння овочів і фруктів на підприємствах ресторанного господарства використовується для \_\_\_\_\_.  
а) заготовок на зимовий сезон; б) приготування узвару;  
в) одержання чіпсів; г) отримання цукатів.
27. Метод консервування свіжих фруктів у цукровому сиропі для збільшення вмісту в них цукру до 70% і зниження вмісту води для отримання цукатів називається \_\_\_\_\_.  
а) цукруванням; б) кандидуванням; в) карамелізацією; г) сахаризацією.
28. Який спосіб теплової обробки цибулі, моркви, коренів для приготування бульйонів, використовують як допоміжний?  
а) запікання; б) пасерування; в) випікання; г) підпікання.
29. Інтенсивне охолодження передбачає \_\_\_\_\_.  
а) зниження температури кулінарної продукції після її приготування за 2 год мінімум до 10°C всередині і до 0-4°C на поверхні;  
б) зниження t° готового кулінарного виробу з 85°C до -18°C за 4 год;  
в) зниження t° готової продукції до 0°C у спеціальних установках.
30. Шокове заморожування передбачає \_\_\_\_\_.  
а) зниження температури кулінарної продукції після її приготування за 2 години мінімум до 10°C всередині і до 0-4°C на поверхні;  
б) зниження t° готового кулінарного виробу з 85°C до -18°C за 4 год;  
в) зниження t° готової продукції до 0°C у спеціальних установках.

## **ТЕМА 8. ПРИНЦИПИ СКЛАДАННЯ РЕЦЕПТУР НА ПРОДУКЦІЮ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

- 8.1. Особливості складання рецептур на продукцію ресторанного господарства.
- 8.2. Збірники рецептур страв, кулінарних і кондитерських виробів для підприємств ресторанного господарства.
- 8.3. Галузеві стандарти.
- 8.4. Технічні умови і технологічні інструкції на продукцію ресторанного господарства.
- 8.5. Стандарт підприємства.
- 8.6. Техніко-технологічні карти.

### **8.1. Особливості складання рецептур на продукцію ресторанного господарства**

Рецептури на продукцію ресторанного господарства істотно відрізняються від рецептур продукції, яку випускає харчова промисловість. На кулінарну продукцію їх складають на одну порцію або на 1 кг страви, або на 100 шт. кулінарних виробів, тоді як у харчовій промисловості рецептури складають на 1 т, або на 1000 шт. виробів. На борошняні кондитерські й булочні вироби рецептури у ресторанному господарстві складають на 10 кг вагових і 100 штучних виробів.

У ресторанному господарстві відсутні нормативи виробничих втрат сировини, ці втрати входять до рецептур.

До рецептур на кулінарну продукцію зазвичай включають не всі компоненти, необхідні для приготування страви. У більшості рецептур НЕ зазначають кількість води, солі (натрію хлориду), спецій, зелені і приправ. Передбачається, що залежно від якості основної сировини воду додають для забезпечення виходу страви та її бажаних органолептичних показників на власний розсуд кулінара. Сіль, спеції і приправи додають за смаком, однак граничні норми їх витрат зазначені в технологічних інструкціях. Наприклад, середня витрата солі встановлена з розрахунку 1 г на 100 г готового продукту.

Важлива особливість рецептур на кулінарну продукцію полягає в тому, що більшість із них складають у двох або трьох варіантах на однойменні страви й вироби: 1-й варіант – для ресторанів і спеціалізованих підприємств вищого класу; 2-й варіант – для закусочних, кафе, загальнодоступних міських і сільських їдалень; 3-й варіант – для їдалень при виробничих підприємствах, навчальних закладах, установах. *Перший варіант* відрізняється від другого більшим виходом основного продукту (м'яса, птиці, риби), підвищеним закладанням вершкового масла, сметани й інших

продуктів. *Другий варіант* рецептур відрізняється від третього за цими ж показниками. Окремі рецептури складені тільки в другому й третьому варіантах (масові овочеві, круп'яні, макаронні, бобові страви й гарніри), деякі страви підвищеної трудомісткості з дорогих продуктів не мають третього варіанта, і, нарешті, існують одноваріантні рецептури (напої, солодкі страви, деякі національні страви). Вибір варіанта тієї чи іншої рецептури залежить від конкретних умов роботи підприємства ресторанного господарства.

Описані вище особливості складання рецептур на продукцію ресторанного господарства пояснюються, з одного боку, невеликими обсягами виробництва на окремому підприємстві, а з іншого – обмеженими термінами зберігання готової продукції, організацією споживання на місці її виробництва й необхідністю більш гнучкого реагування на запити споживачів.

До **нормативних документів**, що містять рецептури й технологічні інструкції, належать: збірники рецептур на кулінарну продукцію, борошняні кондитерські й булочні вироби; галузеві стандарти (ГСТ); технічні умови й технологічні інструкції (ТУ і ТІ); стандарти підприємства (СТП); техніко-технологічні карти (ТТК). Вказана нормативна документація призначена для підприємств ресторанного господарства всіх типів, класів і форм власності.

## **8.2. Збірники рецептур страв, кулінарних і кондитерських виробів для підприємств ресторанного господарства**

Існує декілька **видів збірників рецептур** для підприємств ресторанного господарства: Збірник рецептур страв і кулінарних виробів для роздрібної торговельної мережі підприємств ресторанного господарства; Збірник рецептур страв дієтичного харчування; Збірник рецептур національних страв і кулінарних виробів; Збірник рецептур борошняних кондитерських і булочних виробів.

Згідно з п. 2.2 Правил роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства, затверджених наказом Міністерства економіки і з питань європейської інтеграції України № 219 від 24.07.2002 р. зі змінами, що вносилися пізніше (останні зміни 10.05.2018 р.), суб'єкти господарської діяльності при виготовленні продукції власного виробництва повинні дотримуватися технологічних режимів виробництва продукції (сумісність продуктів, їхня взаємозамінність, режим кулінарної обробки сировини тощо), визначених нормативною документацією: збірниками рецептур страв, кулінарних, борошняних

кондитерських і булочних виробів, затвердженими в установленому порядку, державними стандартами, технічними умовами, а також Санітарними правилами.

*Суб'єкти господарської діяльності, користуючись збірниками рецептур страв і кулінарних виробів, мають право:*

- замінювати (виводити) у рецептурах відсутні види продовольчої сировини й харчових продуктів (крім основних складових страви) або додавати їх у необхідних кількостях, не погіршуючи смакових властивостей страв (виробів), при цьому не порушувати Санітарних правил, технологічного режиму виробництва продукції і не допускати погіршення споживчих властивостей і якості страв (виробів). Зміни в рецептури обов'язково вносяться в технологічну документацію на страви і калькуляційні карти;

- враховуючи попит споживачів, змінювати норми подавання страв (виробів), у т.ч. соусів і гарнірів, там, де дозволяє технологія приготування.

Суб'єкти господарювання можуть самостійно розробляти фірмові страви та вироби. Технологічна документація на фірмові страви та вироби складається у довільній формі та затверджується керівником суб'єкта господарювання у сфері ресторанного господарства.

Наразі в Україні діє **Збірник рецептур національних страв і кулінарних виробів**, затверджений наказом Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України № 484 від 06.07.1999 р. Цей Збірник також є нормативним документом і має 15 розділів, у яких пропонують рецептури страв і кулінарних виробів кухонь народів різних країн (України, Росії, Білорусі, Молдови, Естонії, Литви, Латвії, Грузії, Вірменії, Азербайджану, Узбекистану, Казахстану, Туркменістану, Киргизстану і Таджикистану), містить **30 таблиць з нормами витрат сировини**, виходу готової продукції, відходів і втрат у процесі кулінарного оброблення продуктів; основні правові, нормативно-правові та інші акти, що регулюють діяльність суб'єктів господарювання у сфері ресторанного господарства. Рецептури страв і кулінарних виробів у цьому Збірнику мають, як правило, один варіант норм закладання.

Збірник рецептур складається із **трьох** взаємно пов'язаних **частин**: нормативів витрат сировини, виходу напівфабрикатів і готової продукції; рецептур закусок, страв, кулінарних виробів, соусів і гарнірів; технологічних інструкцій, за умови виконання яких можна виготовити кулінарну продукцію із заданими властивостями.

*Нормативи витрат сировини, виходу напівфабрикатів і готової продукції*, розроблені НДІ громадського харчування на основі експериментальних досліджень у лабораторних і виробничих умовах підприємств ресторанного господарства з математико-статистичною обробкою експериментальних даних, обов'язкові для підприємств та організацій ресторанного господарства на території України.

Нормативи витрат сировини і виходу напівфабрикатів розроблені з урахуванням можливості використання сировини різної кондиції. Під час обробки м'яса і птиці ці нормативи розроблені з урахуванням надходження сировини I і II категорій угодваності, а свинини – м'ясної, обрізної і жирної. Нормативи відходів і втрат під час обробки рибної сировини розроблені з урахуванням надходження риби різних розмірів і промислового розбирання (патрана, без голови, тушка, філе зі шкірою чи без). Для картоплі, моркви й буряка норми відходів і втрат за механічної обробки встановлені за сезонністю. Величина відходів і втрат при кулінарній обробці гастрономічних товарів установа з урахуванням їхньої промислової обробки. Безперечно значущість має та частина нормативів, що стосується втрат маси продуктів за різних способів теплової кулінарної обробки, бо без цих даних неможливо підійти до обґрунтованого виходу кулінарної продукції.

**Рецептурна частина Збірника** за обсягом найбільша, бо має рецептури закусок, страв, соусів, гарнірів, напоїв різноманітних асортиментів, що складені на основі нормативів.

Якщо уважно почитати кулінарні рецептури, розміщені в Збірнику, то неважко збагнути, що різні компоненти страви перебувають у певній пропорції, оптимальній за органолептичними і фізико-хімічними показниками якості виробу і його стійкістю при поточному зберіганні.

Іншим прикладом може бути кількість смакоароматичних компонентів – вина, коріння петрушки, селери тощо. Наприклад, до рецептури грибного кисло-солодкого соусу, крім грибів, входять родзинки і чорнослив. Збільшення закладання чорносливу завжди призводить до негативного результату: сильні смак й аромат чорносливу маскують, пригнічують ніжний приємний аромат грибів. У рецептурах страв типу «м'ясо в соусі» закладання цибулі ріпчастої зазвичай становить 20...30% до маси м'яса. Цибуля посилює смак й аромат м'ясної страви, проте подальше збільшення її закладання не рекомендується, тому що це призводить до появи солодкого присмаку, не властивого м'ясній страві, внаслідок високого вмісту в цибулі цукрів (8...10%). Неабиякий інтерес щодо цього викликають фаршировані

кулінарні вироби (овочеві, м'ясні, борошняні). Наприклад, «філософія» борошняних страв полягає в тому, щоб у тонкій тістовій оболонці містилося багато смачного соковитого фаршу.

Отже, **рецептури Збірника** – це кількісні й якісні композиції продуктів, напрацьовані багатьма поколіннями кулінарів, які дозволяють готувати смачну й зовні привабливу їжу. Перш, ніж вносити зміни до цих рецептур або розробляти нові, необхідно детально вивчити хімічний склад і властивості харчових продуктів, розуміти характер фізико-хімічних змін, що відбуваються в них при кулінарній обробці, і бути дегустатором, здатним сприймати відтінки смаку і аромату, а також смакоароматичний букет страви або кулінарного виробу в цілому.

**Технологічні інструкції** (ТІ), що містяться у Збірнику, – це описова частина технологічного процесу механічної обробки сировини й приготування напівфабрикатів, закусок, страв, напоїв і борошняних кулінарних, кондитерських і булочних виробів. Вони доповнюють рецептурну частину Збірника щодо вимог до якості сировини, введення до рецептури додаткових компонентів, змін виходу страв, а також містять опис механічної обробки сировини й виробництва напівфабрикатів із посиланням на відповідні нормативні таблиці.

У технологічних інструкціях наведені **параметри** технологічного процесу: температура нагрівального середовища і продукту, тривалість технологічної операції тощо; викладені рекомендації з використання посуду, інвентарю, технологічного обладнання. Останнім часом на підприємствах ресторанного господарства застосовують чимало нового технологічного обладнання: мікрохвильові печі, тостери, грилі, пароконвектомати тощо. Деякі параметри теплової кулінарної обробки можуть змінюватися згідно з інструкціями до цих апаратів.

### 8.3. Галузеві стандарти

**Галузеві стандарти** (ГСТИ) на кулінарну продукцію розробляються фахівцями відповідних галузей харчової промисловості: м'ясної, птахопереробної, рибної, консервної.

Наразі існують ГСТИ на кулінарні напівфабрикати такого групового асортименту: м'ясні натуральні (великокускові, порційні, дрібнокускові), м'ясні січені, з курей, курчат, індичок, качок, каченят, з риби (у вигляді тушки), картоплі й овочів.

Особливість ГСТу як нормативного документа полягає в тому, що його вимоги до асортименту кулінарної продукції, показників її якості й інших умов поширюються на підприємства всіх відомств і форм

власності, у тому числі й на підприємства ресторанного господарства. Це означає, що якість напівфабрикатів того асортименту, який визначений ГСТом, має бути однаковою на всій території України, незалежно від того, яке підприємство ці напівфабрикати виготовляє.

ГСТИ містять таку **інформацію**: назву продукції, номер ГСТу, номер галузевого класифікатора продукції, термін дії, замість якого нормативного документа вводиться; сферу дії ГСТу; асортимент продукції; технічні вимоги до продукції, на яку розроблений ГСТ; правила приймання й методи випробувань; упакування, маркування, зберігання й транспортування; перелік нормативної документації, на яку робились посилання під час розробки ГСТу.

У системі ресторанного господарства розроблена власна технологічна інструкція на виробництво кулінарних напівфабрикатів, що відображає специфіку підприємств і вимоги ГСТів.

Підприємства ресторанного господарства не зобов'язані організовувати виробництво напівфабрикатів й іншої кулінарної продукції, на яку є ГСТИ, вони можуть одержувати цю продукцію від харчових підприємств за контрактами.

#### **8.4. Технічні умови і технологічні інструкції на продукцію ресторанного господарства**

**Технічні умови і технологічні інструкції** (ТУ й ТІ) на продукцію ресторанного господарства розробляються як галузеві нормативні документи (діють лише в системі ресторанного господарства). Сьогодні існує багато найменувань ТУ і ТІ на продукцію ресторанного господарства, у тому числі і на напівфабрикати, готові кулінарні вироби, охолоджені страви. В **технічних умовах** міститься така **інформація**: назва ТУ, номер, термін дії, список розробників, узгодження з органом санепідслужби Мінохорони здоров'я України, затвердження керівником відомства; асортимент продукції ресторанного господарства; технічні вимоги, у т.ч. органолептичні, мікробіологічні та фізико-хімічні показники якості; правила приймання; методи випробувань; розфасування, упакування, маркування; перелік документів, на які подані посилання в ТУ; технологічна інструкція з докладним описом процесу, у т.ч. правила зберігання й використання продукції.

ТУ й ТІ зазвичай розробляють на продукцію ресторанного господарства, що виготовляється великими партіями централізовано та призначена для використання на підприємстві-виробнику, а також для постачання інших підприємств ресторанного господарства й роздрібної торгової мережі.



## 8.5. Стандарт підприємства

**Стандарт підприємства** (СТП) розробляють на кулінарні вироби, які готують із застосуванням нетрадиційних способів холодної й теплової обробки харчових продуктів, а також на нові торгово-технологічні процеси.

Проект стандарту підприємства узгоджується з територіальним органом санітарної служби й затверджується керівником підприємства. СТП за своїм змістом не повинні суперечити ДСТУ та іншим нормативним документам.

СТП містить таку **інформацію**: назву виробу і сферу застосування СТП; перелік сировини, що застосовується для приготування страви чи кулінарного виробу із зазначенням нормативної документації на сировину; вимоги до якості сировини в частині відповідності його ДСТУ, ГСТам, ТУ, медико-біологічним вимогам і санітарним нормам, сертифікат відповідності й посвідчення якості; норми закладання сировини масою бруutto й нетто, виходу напівфабрикату й готової продукції; опис технологічного процесу приготування продукції з виокремленням параметрів, що надають безпеку продукції, специфіки нетрадиційних технологічних прийомів, перелік використаних харчових добавок тощо; вимоги до оформлення, подавання, реалізації і зберігання продукції; спосіб транспортування — відповідно до санітарних правил; тип упакування й маркування із зазначенням виду тари, пакувального матеріалу, дозволеного Мінохорони здоров'я; показники якості й безпеки із зазначенням органолептичних властивостей й основних фізико-хімічних і мікробіологічних показників; інформаційні дані про харчову й енергетичну цінність продукції із зазначенням вмісту білків, жирів, вуглеводів і калорійності тощо.

Стандарт підприємства вводиться в дію наказом по підприємству ресторанного господарства.

## 8.6. Техніко-технологічні карти

**Техніко-технологічні карти** (ТТК) страв і кулінарних виробів складають на нові види продукції, що виготовлені й реалізуються тільки на даному підприємстві ресторанного господарства (на продукцію, яку постачають іншим підприємствам, ТТК не поширюються).

ТТК містять таку **інформацію** про продукцію: назву виробу і сферу застосування; перелік сировини, необхідної для приготування страви (виробу); вимоги до якості сировини із зазначенням її відповідності

нормативним документам (ДСТУ, ГСТам, ТУ), наявність сертифіката відповідності й посвідчення якості; норми закладання сировини масою бруто, нетто, виходу напівфабрикату й готової продукції на 1, 10 і більше порцій; опис технологічного процесу приготування страви або кулінарного виробу із зазначенням параметрів і прийомів, що забезпечують виконання вимог безпеки, встановлених чинними нормативами; умови і терміни зберігання швидкопсувних продуктів; критерії якості й безпеки із зазначенням органолептичних, фізико-хімічних і мікробіологічних показників відповідно до чинних нормативів; показники харчової цінності із зазначенням вмісту білків, жирів, вуглеводів, мінеральних речовин, вітамінів і калорійності.

Для кожної ТТК установлюють термін дії. ТТК підписує розробник і затверджує директор підприємства. Кожній техніко-технологічній карті надають порядковий номер у картотеці ресторанного підприємства.

**Фірмові страви.** Згідно з п. 2.2 Правил роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства, наказ № 219, суб'єкти господарської діяльності можуть самостійно розробляти й затверджувати фірмові страви та вироби відповідно до вимог нормативно-правових актів. Відповідно до п. 1.3 Правил № 219, фірмовою стравою вважається страву (кулінарний, борошняний кондитерський виріб), приготовлена в конкретному закладі (підприємстві) ресторанного господарства за оригінальною авторською рецептурою з присвоєнням їй фірмової назви, на яку поширюється право захисту інтелектуальної власності. Фірмові страви й вироби мають відповідати вимогам ГОСТ 30390-95 «Громадське харчування. Кулінарна продукція, що реалізується населенню. Загальні технічні умови» (Наказ від 31.10.1997 № 658) й іншим чинним нормативним документам на такі вироби.

Фірмові страви й вироби виготовляють із безпечних для життя і здоров'я споживачів продуктів і сировини гарантованої якості, що відповідають вимогам Закону про якість харчових продуктів. Використання імпортних продуктів і сировини дозволяється за умови їхньої відповідності вимогам Закону України № 468/97-ВР «Про державне регулювання імпорту сільськогосподарської продукції» від 17.07.1997 р. (з останніми змінами від 04.09.2018 р.) і Закону «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» (з останніми змінами від 6.12.2018 р.). У разі відсутності будь-якого компонента, що входить до рецептури, фірмові страви й вироби не виготовляються.

На нові фірмові страви й вироби суб'єктом господарювання має бути складена технологічна документація, де зазначають:

- технологічний процес приготування фірмової страви або виробу;
- перелік продуктів, продовольчої сировини, речовин і супутніх матеріалів, що використовуються при приготуванні із зазначенням даних про норми їхнього вмісту в кінцевому харчовому продукті;
- термін придатності до вживання;
- умови зберігання і спосіб реалізації споживачеві.

При складанні технологічної документації на фірмові страви (вироби) необхідно керуватися нормами відходів і втрат під час холодної і теплової обробки сировини та продуктів. Норми закладання на нові й імпорتنі види сировини за їхньої відсутності в Збірниках рецептур устанавлюються шляхом контрольного дослідження.

Відповідальність за правильність складання й оформлення технологічної документації на фірмові страви, кулінарні й борошняні кондитерські вироби несе керівник закладу ресторанного господарства.

*Рецептура фірмової страви (виробу) є власністю виробника.*

Технологія приготування і вихід готової продукції перевіряються керівником суб'єкта господарювання шляхом контрольного приготування фірмової страви (виробу). Результати перевірки оформляються актом.

Розробляючи технологічну документацію на фірмові страви, кулінарні й борошняні кондитерські вироби, суб'єкт господарювання у сфері ресторанного господарства має провести лабораторні дослідження продукції за бактеріологічними показниками в закладах державної санітарної служби або інших лабораторіях, атестованих Міністерством охорони здоров'я на проведення таких досліджень.

Розроблені технологічні карти узгоджуються територіальною санітарною службою й затверджуються керівником підприємства ресторанного господарства. Вони не підлягають державній реєстрації в Державному комітеті стандартизації, метрології й сертифікації України.

Контроль за дотриманням порядку розробки і затвердження технологічної документації на фірмові страви й вироби здійснюють службові особи органів виконавчої влади.

### **Запитання та завдання для самоперевірки**

1. Чим відрізняються рецептури на продукцію ресторанного господарства від продукції харчової промисловості?

2. Охарактеризуйте особливості складання рецептур на продукцію ресторанного господарства.

3. Назвіть Збірники рецептур, які використовуються в ресторанному господарстві. Які права мають суб'єкти господарювання, що користуються збірниками рецептур?

4. З яких частин складається Збірник рецептур національних страв і кулінарних виробів? Охарактеризуйте їх.

5. Дайте визначення поняття «технологічні інструкції» та розкрийте параметри технологічного процесу, що наводиться в них.

6. Поясніть необхідність створення галузевих стандартів на кулінарну продукцію та їхню структуру.

7. Розкрийте сутність технічних умов і технологічних інструкцій на продукцію ресторанного господарства.

8. На яку продукцію розробляються стандарти підприємства? Яку інформацію повинен містити цей нормативний документ?

9. Охарактеризуйте структуру техніко-технологічних карт. Для яких видів продукції їх складають?

10. Назвіть технологічну документацію, яка розробляється для фірмових страв у закладах ресторанного господарства.

### Тести для самоконтролю

1. Рецептури на одну порцію або на 1 кг страви, або на 100 шт. кулінарних виробів складають \_\_\_\_\_.

- а) у харчовій промисловості;      б) на кулінарну продукцію в ресторанах.

2. На борошняні кондитерські й булочні вироби у ресторанному господарстві складають рецептури \_\_\_\_\_.

- а) на 10 кг вагових і 100 штучних виробів;  
б) на 1 кг і 10 штучних виробів;  
в) на 1 т, або на 1000 штучних виробів.

3. У більшості рецептур на кулінарну продукцію НЕ зазначають \_\_\_\_\_.

- а) кількість жиру, цукру, соди та інших розпушувачів;  
б) кількість води, солі (натрію хлориду), спецій, зелені і приправ;  
в) кількість масла вершкового, маргарину, олії оливкової;  
г) кількість борошна, какао, ванільного цукру, желатину.

4. Середня витрата солі встановлена з розрахунку \_\_\_\_\_.

- а) 1 чайна ложка на 100 г готового продукту;  
б) 1 столова ложка на 100 г готового продукту;  
в) 1 г на 100 г готового продукту;  
г) 1 десертна ложка на 100 г готового продукту.

5. Більшість рецептур на кулінарну продукцію складають у \_\_\_\_\_ варіантах на однойменні страви й вироби.

- а) одному;      б) двох-трьох;      в) чотирьох;      г) двох.

6. Суб'єкти господарювання у сфері ресторанного господарства можуть самостійно розробляти \_\_\_\_\_.

- а) рецептури перших страв;      б) десерти та напої;  
в) фірмові страви та вироби;      г) м'ясні та рибні страви.

7. Збірник рецептур національних страв і кулінарних виробів містить \_\_\_\_ таблиць з нормами витрат сировини, виходу готової продукції тощо.

- а) 10;                      б) 20;                      в) 30;                      г) 40.

8. Для картоплі, моркви й буряка норми відходів і витрат за механічної обробки встановлені з урахуванням \_\_\_\_\_.

- а) сезонності;                      б) розмірів;                      в) регіону;                      г) виду обробки.

9. Яка частина Збірника рецептур найбільша за обсягом?

- а) нормативів витрат сировини, виходу напівфабрикатів і готової продукції;  
б) рецептур закусок, страв, кулінарних виробів, соусів і гарнірів;  
в) технологічних інструкцій.

10. Технологічні інструкції, що містяться у Збірнику рецептур, – це \_\_\_\_\_.

а) кількісні й якісні композиції продуктів, напрацьовані багатьма поколіннями кулінарів;

б) описова частина технологічного процесу механічної обробки сировини й приготування напівфабрикатів та ін. страв;

в) інструкції щодо використання технологічного обладнання для приготування страв;

- г) витрати продуктів та нормативи витрат для приготування страв.

11. Галузеві стандарти (ГСТу) на кулінарну продукцію розробляють фахівці \_\_\_\_\_.

- а) підприємств ресторанного господарства;  
б) відповідних галузей харчової промисловості;  
в) лабораторій науково-дослідних інститутів;  
г) експериментальних харчових лабораторій.

12. Особливість ГСТу полягає в тому, що його вимоги до асортименту кулінарної продукції, показників її якості й інших умов поширюються на \_\_\_\_\_.

а) підприємства всіх відомств і форм власності, у тому числі й на підприємства ресторанного господарства;

б) підприємства державної власності (їдальні на підприємствах, у навчальних закладах, санаторіях, лікарнях тощо);

в) підприємства ресторанного господарства усіх видів (ресторани, кафе, закусочні, фаст-фуди тощо);

- г) приватні підприємства, що надають послуги харчування.

13. Технічні умови й технологічні інструкції зазвичай розробляють на продукцію ресторанного господарства, що виготовляється \_\_\_\_\_.

а) невеликими партіями безпосередньо на підприємстві ресторанного господарства і призначена для використання на місці;

б) великими партіями централізовано та призначена для використання на підприємстві-виробнику, а також для постачання інших підприємств ресторанного господарства й роздрібною торговою мережею;

в) невеликими партіями на різних підприємствах ресторанного господарства для забезпечення нею закладів харчування;

г) великими партіями на підприємствах харчової промисловості для реалізації її в торгових закладах.

14. *Стандарт підприємства (СТП) розробляють на \_\_\_\_\_.*
- а) великі партії кулінарної продукції, якою постачають заклади торгівлі;
  - б) фірмові страви на підприємствах ресторанного господарства та страви від шеф-кухаря;
  - в) ексклюзивні кондитерські вироби, що готуються на замовлення;
  - г) кулінарні вироби, що готують із застосуванням нетрадиційних способів холодної й теплової обробки харчових продуктів, а також на нові торгово-технологічні процеси.
15. *На нові види продукції, виготовлені й реалізовані тільки на даному підприємстві ресторанного господарства, складають \_\_\_\_\_.*
- а) техніко-технологічні карти;
  - б) технологічні інструкції;
  - в) рецепт;
  - г) калькуляційні карти.
16. *Страва (кулінарний, борошняний кондитерський виріб), приготовлена в конкретному закладі ресторанного господарства за оригінальною авторською рецептурою з присвоєнням їй назви, на яку поширюється право захисту інтелектуальної власності, вважається \_\_\_\_\_.*
- а) оригінальною;
  - б) фірмовою;
  - в) традиційною;
  - г) авторською.
17. *Норми закладання на нові й імпорتنі види сировини за їхньої відсутності в Збірниках рецептур устанавлюються шляхом...*
- а) контрольного дослідження;
  - б) контрольного зважування;
  - в) лабораторного дослідження;
  - г) на власний розсуд кухаря.
18. *Рецептура фірмової страви (виробу) є власністю \_\_\_\_\_.*
- а) шеф-кухаря;
  - б) виробника;
  - в) власника закладу.
19. *За правильність складання й оформлення технологічної документації на фірмові страви, кулінарні й борошняні кондитерські вироби відповідає \_\_\_\_\_.*
- а) офіціант;
  - б) керівник закладу;
  - в) кухар;
  - г) власник закладу.
20. *Чи виготовляються фірмові страви й вироби за відсутності будь-якого компонента, що входить до рецептури?*
- а) так;
  - б) пропонують інший компонент;
  - в) ні.

## ТЕМА 9. МЕНЮ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

- 9.1. Класифікація меню.
- 9.2. Порядок розробки меню.
- 9.3. Оформлення меню.
- 9.4. Електронне меню.

### 9.1. Класифікація меню

Успіх закладів ресторанного господарства залежить від багатьох складових, чільне місце серед яких займає меню. **Меню** (від франц. *menu*) – це перелік страв і напоїв, рекомендованих споживачам. Цей термін, як короткий і найзручніший, широко використовується у закладах ресторанного господарства. В інших країнах застосовують

термін «карта». Його перейняли також вітчизняні висококласні заклади харчування: карта вин, карта сигар, карта кальянів тощо. Меню є візитною карткою закладу, тому папка з меню має бути красиво і доботно оформлена. Воно має узгоджуватися із загальною концепцією підприємства ресторанного господарства. Оскільки остання базується на очікуваннях споживачів, то меню повинно не тільки задовольнити, а навіть перевершити їх.

**Винною картою** (франц. *la carte vins*) називають папку, в якій містяться назви пропонованих споживачам вин. Залежно від описаних у карті позицій вин можуть використовуватися й інші назви: «винний листок», «винна книга». Винна карта – один із найважливіших критеріїв, за яким визначають рівень (клас) закладу ресторанного господарства.

Розробляти і створювати меню потрібно творчо, тоді воно не тільки інформуватиме споживачів про наявність страв і напоїв, а й спонукатиме до більшого замовлення, тобто впливатиме на прийняття рішення про покупку, перетворюючись на елемент реклами закладу ресторанного господарства.

Зміст меню залежить від типу закладу ресторанного господарства. Його розробка є складною справою, оскільки має враховуватися багато чинників: вид і кількість продуктів, які використовуються для приготування страв, що, в свою чергу, впливає на визначення виду і кількості обладнання та розміру виробничих приміщень для його розміщення, чисельності й кваліфікації працівників, рівня їх професіоналізму, а також вибору форми обслуговування. Наприклад, обслуговування готовими стравами з подачею в одно- або багатопорційному посуді чи з безпосереднім приготуванням страв у залі тощо. Крім того, важливе значення має цінова політика, необхідність враховувати харчову цінність страв і раціон харчування людей різного віку та професійної зайнятості.

Залежно від контингенту споживачів, типу і потужності закладу ресторанного господарства, застосовуваних форм і методів обслуговування та інших факторів розрізняють такі **види меню**: вільного вибору, скомплектоване, банкетне, комбіноване.

**Меню вільного вибору** дозволяє споживачам обирати страви із загального меню підприємства відповідно до своїх уподобань і самостійно складати для себе меню сніданку, обіду чи вечері. Залежно від можливості внесення змін у меню воно поділяється на **статичне** й **динамічне**. У підгрупу статичного включають *меню порційних страв* (a la carte) і *обмежене меню* (limited).

У *порційному меню* вказують порційні страви в широкому асортименті. Його використовують у ресторанах і характерною його особливістю є те, що страви, як правило, готують на замовлення. Їх приготування супроводжується використанням ширшого асортименту продуктів, збільшенням видів використовуваного обладнання і площі виробничих цехів і складських приміщень. Враховуючи складність приготування порційних страв, необхідно забезпечити підприємство персоналом високої кваліфікації. Це меню не змінюється тривалий час, тому вважається *статичним* (постійним). Зміни можливі раз на місяць чи сезон і пов'язані з появою чи відсутністю певних видів продуктів для їх приготування або попиту на певні страви і напої.

В *обмеженому меню* зменшується не тільки асортимент основних страв, а й закусок, напоїв, тому має й іншу назву – меню вузького асортименту. Воно використовується у закладах швидкого обслуговування, а також в спеціалізованих закладах ресторанного господарства: закусточній (піріжковій, млинцевій тощо), кафе (кафе-морозиво, кафе-кондитерській). Зменшення асортименту страв у меню має переваги: автоматично звужується перелік продуктів, необхідних для їх приготування. Працівники швидше і краще засвоюють прийоми і методи роботи, тому легше підготувати допоміжний персонал, запам'ятати особливості приготування та подавання страв.

Обмежене меню знижує собівартість приготування страв унаслідок зменшення спеціального обладнання, виробничих і складських приміщень. Недоліком його є одноманітність, що негативно впливає на попит споживачів.

У підгрупу *динамічного* меню в складі меню вільного вибору включається *меню страв масового приготування* і *меню окремого дня*. Особливістю *меню вільного вибору страв масового приготування* є те, що до його складу входять страви, заздалегідь виготовлені партіями. Його складають у кафе (неспеціалізованих), їдальнях, як загальнодоступних, так і соціально орієнтованих. Причому останні можуть використовувати і меню вільного вибору, і скомплектованого, тобто застосовують комбіноване меню. Воно може змінюватися циклічно або динамічно (частіше, ніж циклічне).

Завдяки *циклічному меню* вдається досягти різноманітності страв. Періодичність їх повторюваності може бути різною: одні страви (найбільш уживані) чергуються через 1-2 дні, інші – через 2-3 тижні тощо. Важливими перевагами цього меню є можливість внаслідок циклічної повторюваності страв швидко освоювати технологію їх



приготування, а також накопичувати інформацію про їх популярність, що значно полегшує планування і прогнозування чергування.

Основною особливістю *меню окремого дня* є значна змінюваність асортименту страв. До нього включають чергові страви. Таке меню, як правило, складається щодня, тобто може задовольнити навіть постійних клієнтів, забезпечити використання продуктів, характерних для відповідного сезону. Водночас необхідно мати добре підготовлений і досвідчений персонал, у т.ч. шеф-кухаря, який повинен бути творчою особистістю. Постійні клієнти в основному відвідують даний заклад заради шеф-кухаря, який може запропонувати авторські страви в найкращому виконанні.

В групу **скомплектованого меню** входить *меню комплексного обіду* (сніданку, вечері, полуденка), яке передбачає включення до його складу як основних, так і додаткових страв, загальна вартість яких чітко фіксована. Це дозволяє організувати харчування за абонементом в соціально орієнтованих підприємствах, чи з попередньою оплатою раціону харчування в ресторані готелю (в основному туристів), чи реалізувати страви не тільки із меню вільного вибору, а й комплексного обіду в закладі швидкого обслуговування. Як правило, комплексний обід в цьому закладі коштує дешевше, ніж такий же набір страв, вибраний споживачем із меню вільного вибору, що підвищує його привабливість.

*Меню загального столу (table d'hote)* складає шеф-кухар ресторану з урахуванням принципів раціонального харчування та традицій і вимог до формування меню сніданку, обіду чи вечері. Страви реалізують за фіксованими цінами, споживач не може вносити зміни в меню, до складу якого входить 4-7 різних страв. Це меню належить до категорії змінного, що дозволяє забезпечити потреби споживачів, які впродовж певного часу чи постійно користуються послугами ресторану. Воно має також ознаки, властиві меню денного раціону харчування.

*Меню денного раціону* харчування складається згідно з вимогами раціонального харчування певного постійного контингенту споживачів: школярів, учнів професійно-технічних навчальних закладів, відпочиваючих у санаторіях тощо. Для забезпечення різноманітності харчування страви в меню впродовж тижня не повторюються або чергуються через один-два тижні, через що воно має назву *циклічного*. У цьому випадку чергуються кілька стандартних меню.

Розглянуті види меню зустрічаються рідше, більше поширені комбіновані види меню. Наприклад, порційного меню і меню окремого дня, обмеженого меню вільного вибору і комплексного обіду тощо.

**Банкетне меню** – це меню святкового сніданку, обіду або вечері. Підбір страв і напоїв здійснюється з урахуванням виду та характеру заходу, сезону тощо. Сумарна вага страв коливається від 0,6 до 1,2 кг на одну особу. Банкетне меню може бути складовою частиною комбінованого, якщо в одному закладі використовують декілька його видів: меню порційних страв, меню окремого дня, банкетне меню.

Асортимент банкетного меню визначається характером урочистої події та побажаннями замовників. Якщо банкет проходить *за столом з повним обслуговуванням офіціантами*, то асортимент холодних страв і закусок обмежений, їх замовляють зазвичай порціями. Для банкету *за столом з частковим обслуговуванням офіціантами* властивий широкий асортимент холодних страв і закусок у розмірі напівпорцій чи 1/3 порції на одну особу. Для банкету-обіду можна запропонувати закуску, бульйон, солянку чи іншу першу страву. Асортимент других страв може складатися з 1-2 найменувань, а на десерт подають фрукти, морозиво, желе, кондитерські вироби. Банкет зазвичай завершується подаванням кави. Співвідношення між основними продуктами, включеними до банкетного меню, приблизно таке: м'ясо – 60%, птиця – 25%, риба – 15%.

Меню *банкету-фуршету* відрізняється значною кількістю холодних закусок, які готуються невеликими порціями, та обмеженим асортиментом гарячих страв (1-2 найменування). Можна подавати також морозиво, фрукти, штучні кондитерські вироби, каву.

До меню *банкету-коктейлю* включають канапе, невеликі котлети, люля-кебаб, сосиски-малютки тощо.

Меню *банкету-чаю* складається із солодких страв, фруктів, тортів, тістечок, печива, варення, гарячих напоїв. Традиційно на святі подають ігристе вино, хоча б у кількості, достатній для першого тосту (в цьому випадку воно може бути напівсолодким). Зі стравами краще поєднуються сухе та напівсухе шампанське. Традиційно на банкетах за столом і фуршеті включають горілку і сухе вино: 2/3 – червоного та 1/3 – білого. Орієнтиром може бути така кількість алкогольних напоїв на одну особу: на банкеті-фуршеті – до 300 г, на банкеті за столом може бути і більше. В меню банкетів включають також води та соки.

## 9.2. Порядок розробки меню

Відповідно до типу і класу ресторанного підприємства розробляється асортиментний перелік страв і напоїв, який при відкритті закладу погоджується з територіальними органами санітарного контролю.

При розробці меню враховують також контингент споживачів, наявність продуктів, сезон, трудомісткість приготування страв, кваліфікацію кухарів, наявність обладнання, посуду, інвентарю, вартість харчування тощо.

За розробку меню відповідає завідувач виробництва. У дієтичній їдальні до цієї роботи залучається лікар-дієтолог. У формуванні асортименту страв і напоїв можуть брати участь шеф-кухар, технолог. Розроблене меню підписують директор підприємства, завідувач виробництва, бухгалтер (калькулятор, відповідальний за ціну страви).

У меню вільного вибору вказують повну назву страви або напою та ціну. В соціально орієнтованих закладах зазначають також вихід однієї порції. Страви в меню записують у такій **послідовності**:

### **1. Холодні страви та закуски**

- 1.1. *Рибні із гастрономічних продуктів*
- 1.2. *Рибні власного приготування*
- 1.3. *Із нерибних продуктів моря*
- 1.4. *Овочі натуральні*
- 1.5. *Салати (рибні, м'ясні, овочеві)*
- 1.6. *М'ясні з гастрономічних продуктів*
- 1.7. *М'ясні власного приготування*
- 1.8. *Із птиці (гастрономія, консерви)*
- 1.9. *Із птиці власного приготування*
- 1.10. *Із субпродуктів (гастрономія, консерви)*
- 1.11. *Із субпродуктів власного приготування*
- 1.12. *З овочів (консерви)*
- 1.13. *З овочів власного приготування*
- 1.14. *Грибні*
- 1.15. *Із яєць*
- 1.16. *Сири*
- 1.17. *Масло вершкове*
- 1.18. *Із кисломолочних продуктів*

### **2. Гарячі закуски**

- 2.1. *Рибні*
- 2.2. *М'ясні*
- 2.3. *Із птиці*
- 2.4. *Із субпродуктів*
- 2.5. *Овочеві, грибні*
- 2.6. *Яєчні*
- 2.7. *Борошняні*

### **3. Перші страви**

- 3.1. *Прозорі*
- 3.2. *Заправлені (рибні, м'ясні, овочеві)*

3.3. *Пюреподібні*

3.4. *Молочні*

3.5. *Холодні*

3.6. *Солодкі*

**4. Другі страви**

4.1. *Рибні* (відварені, припущені, смажені, тушковані, запечені)

4.2. *М'ясні* (відварені, припущені, смажені, тушковані, запечені)

4.3. *Із птиці* (відварені, припущені, смажені, продукти тушковані, запечені) (Спочатку записують м'ясні страви та страви із птиці, приготовані з тушок, порційних та дрібнокускових напівфабрикатів, а потім – із січеного м'яса та котлетної маси)

4.4. *Із субпродуктів*

4.5. *Овочеві*

4.6. *Борошняні*

4.7. *Круп'яні*

4.8. *Яєчні*

4.9. *Із сиру селянського*

**5. Солодкі страви виробі**

5.1. *Гарячі* (пудинг, суфле, каша гуріївська)

5.2. *Желе, муси*

5.3. *Компоти*

5.4. *Киселі*

5.5. *Креми, збиті вершки*

5.6. *Морозиво*

5.7. *Плоди та ягоди свіжі*

**6. Напої** (Карта вин розробляється окремо)

6.1. *Чай*

6.2. *Кава*

6.3. *Какао, шоколад*

6.4. *Молоко та кисломолочні*

6.5. *Холодні напої та соки*

**7. Гарніри**

7.1. *Овочеві*

7.2. *Круп'яні*

7.3. *Із макаронних виробів*

**8. Кондитерські та хлібобулочні**

8.1. *Булочки*

8.2. *Пиріжки*

8.3. *Тістечка*

8.4. *Пісочні*

8.5. *Заварні*

8.6. *Листові*

8.7. *Кекси*

В їдальні до меню вільного вибору включають невеликий асортимент усіх перерахованих вище груп страв. У ресторані реалізують широкий асортимент страв, до складу яких входять вищезазначені групи. При складанні меню варто проаналізувати кількість реалізованих страв певних найменувань за минулі дні для виявлення таких, що не користуються попитом, і замінити їх.

Якщо у закладах ресторанного господарства готують **фірмові страви**, в меню їх **записують першими**. У спеціалізованих підприємствах і кафе першими записують вироби, що визначають тип даного закладу: в кафе спочатку вказують гарячі та холодні напої власного виробництва, солодкі страви, потім – усі інші; їх небагато і характеризуються вони простотою приготування. У вузькоспеціалізованих підприємствах здебільшого представлені страви, які визначають спеціалізацію закладу, а також ті, що доповнюють основний асортимент.

*Меню денного раціону* харчування складають для робітників, службовців, студентів, школярів, тих, хто відпочиває в санаторіях, будинках відпочинку, дитячих таборах, туристів, учасників з'їздів і конференцій, спортсменів. При складанні меню для споживачів за місцем роботи чи відпочинку враховують норми споживання продуктів харчування, для іноземних туристів – національні смаки та звички.

Важливою складовою раціонального харчування є режим і правильний розподіл добового раціону. На виробництвах із нормальним температурним режимом найбільший за обсягом споживання їжі обід. При роботі в гарячих цехах потреба організму в харчових речовинах змінюється. У перерві між роботою працівники споживають невелику частину добового раціону: при чотириразовому харчуванні – 10-15%, при триразовому – 20-25%. Основне споживання їжі (40-45%) переносять на період дня, вільний від роботи.

Для дітей шестирічного віку в загальноосвітніх школах рекомендовано триразове харчування: гарячий сніданок, обід та полуденок. Школярам, які відвідують групу подовженого дня (переважно учні 1-4 класів), надається дворазове харчування (сніданок та обід), а при тривалому перебуванні в школі – і полуденок.

### 9.3. Оформлення меню

Меню повинно плануватися, розроблятися і оформлюватися з розрахунку на того споживача, на якого заклад ресторанного господарства планує орієнтуватися. Вважають, що меню відображає не лише перелік пропонованої продукції, а й саму атмосферу закладу. І

справді, креативно оформлене меню завжди викликає захват. Проте, крім естетичного декорування, воно повинно бути грамотно оформлене законодавчо.

**Меню** – атрибут закладу ресторанного господарства, призначений інформувати відвідувачів про продукцію та ціни на неї, тобто виконувати вимоги ст. 15 Закону про захист прав споживачів (Споживач має право на одержання необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про продукцію, що забезпечує можливість її свідомого і компетентного вибору). Його наявність обов'язкова, незалежно від методу обслуговування відвідувачів у закладі ресторанного господарства.

Тип меню, його склад і ціни мають відповідати також рівню обслуговування, атмосфері залу, часу виконання замовлення тощо.

При створенні меню важлива розробка концепції, дизайну, тексту, що потребує творчого підходу. Своїм оформленням меню підкреслює стиль, загальну атмосферу, тематику та рівень даного закладу. Професійно й грамотно підібрані страви, якісно оформлений друкований текст меню, вишукана обкладинка свідчать про елітність ресторану. В ресторанах із помірними цінами витрати на оформлення меню можуть бути скромнішими, проте змістовна частина повинна відповідати всім необхідним вимогам, у тому числі передбаченим Правилами роботи закладів ресторанного господарства (див. додаток В).

У соціально орієнтованих підприємствах меню друкується на білому папері і вивішується при вході в зал, перед роздавальнею, а також на робочому місці касира.

Меню містить перелік страв у певній послідовності, їх вихід (у соціально орієнтованих закладах) та ціну. Бажано, щоб кожний пункт ресторанного меню не тільки називав конкретну страву, а й надавав додаткову інформацію про її інгредієнти.

Для того, щоб переконати споживачів придбати ті чи інші страви та напої, разом із звичайним меню використовують меню-газету. При описі тієї чи іншої страви можна не тільки розкрити сутність її приготування, а й додати історичну довідку, розповісти анекдот, назвати імена відомих людей, які надавали їй перевагу. При описі вина можна вказати місцевість, де вирощувався виноград, рік врожаю, смакові якості, назвати ім'я першого виробника, дати рекомендації щодо подавання вина до певних страв.

Особливо доцільно використати меню-газету в готелі, де є можливість більш широко й комплексно подати все, що можуть запропонувати ресторани, кафе, клуби, казино тощо. Така форма меню

дає додаткову можливість ресторану презентувати страви, вина й послуги закладів ресторанного господарства.

**Паперові меню** розрізняються за довжиною і змістом, залежно від виду ресторану. Звичайні меню роздруковані на одному аркуші паперу, але частіше зустрічаються значно об'ємніші меню. Щоб захистити паперові меню від рідини чи будь-яких інших забруднень, використовують вінілове покриття, ламінування чи підв'язування. Найчастіше паперовий блок меню розміщують у папках із шкірозамінника, шкіри, корка та ін. Тип закладу (елітний ресторан, заклади швидкого харчування тощо) здебільшого визначає вигляд і візуальне подання використовуваного меню. Основне меню можна доповнювати тематичними: меню з ***апетайзерами*** (невеличкими бутербродами, які збуджують апетит перед столом з основними стравами), винною картою, меню напоїв, пивним чи десертним меню.

Деякі ресторани використовують у своїх меню тільки текст. Інші ж подають ілюстрації або фотографії кожної страви чи елементів, з якими пов'язана візія або атмосфера ресторану (італійський ресторан може подати в меню знімки визначних об'єктів Італії). Додаткові меню можна запропонувати в альтернативному форматі, оскільки вони зазвичай коротші від основних. Наприклад, меню з апетайзерами чи десертами часто роблять у вигляді паперової «пірамідки» на столі, пластмасової підставки, дерев'яної стійки, в ресторанах з обмеженим вибором вина винна карта може знаходитися на порожній пляшці з-під вина.

Заклади швидкого харчування часто залишають свої паперові меню у фойє громадських будівель або в поштових скриньках сусідніх житлових будинків, замість реклами.

*Істівне меню* друкують на шматочках істівного паперу, зробленого із сої та кукурудзяного крохмалю, використовуючи органічне чорнило. Папір також просочують відповідними ароматами.

**Меню-табло.** Іноді для меню використовують великі постери, табло чи дошку, які кріпляться високо на стіні закладу або розташовуються перед входом. Так клієнти можуть розгледіти пропонований асортимент страв і напоїв, не використовуючи паперові меню. Цей великий формат меню може успішно розміщуватися і на вулиці. Дорогі версії такого типу меню включають їх виготовлення з металічних конструкцій, табло з освітленням та поверхнею, що легко змінюється; це дозволяє ресторанам динамічно змінювати ціни і склад пропонованих артикулів, без потреби створювати меню з нуля.

Заклади фаст-фуду із вікнами на вулицю часто розміщують своє

меню на дошці, освітлюваному табло чи зовнішньому постері, щоб клієнти могли розгледіти та обрати страву.

Багато ресторанів, особливо в туристичних місцях, виставляють одну копію меню на вулицю, забезпечивши джерело освітлення. Інший популярний вид вуличного меню – це розміщення частини меню, а саме «фірмових страв» – на чорній дошці, де здебільшого вказані сезонні страви чи «родзинки» від шеф-кухаря, які наявні впродовж обмеженого часу.

#### 9.4. Електронні меню

У деяких сучасних закладах ресторанного господарства для того, щоб споживач міг ознайомитися з меню та зробити замовлення, використовують комп'ютерні монітори із сенсорним управлінням. Намагаючись мінімізувати витрати часу на обслуговування, ці заклади запровадили так звані е-Menu (тобто електронні меню).

**Електронне меню (e-Menu)** – це інтерактивне меню, що реалізується за допомогою сенсорного дисплею, який розміщують біля столу або на столі, за яким сидить гість (рис. 9.1), чи біля барної стійки.



*Рис. 9.1. Електронне меню на столі споживача в закладі ресторанного господарства*

Воно дозволяє споживачам закладів ресторанного господарства:

- візуально в інтерактивному режимі ознайомитися з меню закладу та наочно й оперативно побачити високоякісні фотографії і детальний опис кожної страви;
- робити замовлення, не викликаючи офіціанта;
- викликати офіціанта для того, щоб попросити рахунок;
- отримати додаткові послуги, оскільки в комп'ютері з е-Menu, як правило, є ще й інші функції: ігри, анекдоти, відео, музика тощо.

Електронні меню можна розділити на **два види**:

- *стаціонарні електронні меню* знаходяться безпосередньо на столах і кріпляться за допомогою кронштейнів. Мають більше



можливостей у сфері реклами й економлять час гостей і офіціантів;

- *виносні електронні меню* за своєю сутністю не дуже відрізняються від класичної друкованої версії, хіба що краще подають страви з допомогою яскравих фото чи відео, до того ж економлять час на друк.

За наявності в закладах ресторанного господарства е-Menu споживачам не треба чекати офіціанта, можна зразу зробити замовлення. Кожен самостійно та швидко може отримати додаткову інформацію про страви: склад інгредієнтів, рецепт, енергетична цінність, спосіб приготування тощо. Під час очікування замовлення можна пограти в різні ігри, почитати новини, анекдоти, замовити музику або подивитися відео. Новизна цих послуг приваблює молодь. Водночас, як свідчить практичний досвід, сенсорні екранні меню з фотографіями страв сприяють збільшенню їх продажів.

Завдяки е-Menu в закладах ресторанного господарства відкриваються нові можливості для проведення рекламних акцій: можна ефективно представити свій бренд за допомогою електронного меню. Практично усуваються причини для конфліктних ситуацій під час прийняття замовлення. Відкриваються нові можливості і для зворотного зв'язку зі споживачами: проведення опитування, завдяки якому можна ефективно управляти програмами лояльності.

Постачальники електронної техніки забезпечують її якісне сервісне обслуговування, проводять всі роботи з інтеграції та художнього оформлення е-Menu в інтер'єрі ресторану, кафе, бару, що створює умови для активного впровадження нової прогресивної технології планування й реклами закладу ресторанного господарства на практиці.

### **Запитання та завдання для самоперевірки**

1. *Розкрийте сутність меню та його роль у забезпеченні успіху роботи закладу ресторанного господарства.*

2. *Назвіть чинники, що впливають на складання меню.*

3. *Охарактеризуйте меню як один із засобів реклами закладу ресторанного господарства.*

4. *Назвіть основні види меню. Опишіть меню вільного вибору.*

5. *Охарактеризуйте види меню скомплектованого денного раціону.*

6. *Розкрийте сутність банкетного меню, назвіть види та дайте їх характеристику.*

7. *Назвіть характерні особливості статичного та динамічного меню.*

8. *В чому проявляються особливості циклічного меню? Охарактеризуйте їх.*

9. *Охарактеризуйте порядок складання меню. Назвіть чинники, від яких залежить меню.*

10. *Розкрийте особливості складання меню вільного вибору страв.*

11. *Назвіть особливості складання меню денного раціону харчування.*

12. Охарактеризуйте вимоги до складання меню денного раціону для різних споживачів (працівників на підприємствах, відпочиваючих у санаторіях, школярів тощо).

13. Розкрийте порядок розробки фірмових страв.

14. Дайте визначення терміна «меню» та розкрийте значення якісного оформлення меню.

15. Назвіть вимоги до оформлення меню в закладах ресторанного господарства різних типів.

16. Які види меню найчастіше використовуються в ресторанах? Меню-газета, її зміст та значення.

17. Розкрийте процес розробки меню. Назвіть переваги і недоліки паперових меню.

18. Назвіть переваги та недоліки їстівного меню та меню-табло.

19. Що таке електронне меню? Які переваги користування електронним меню для споживачів?

20. Розкрийте переваги використання електронного меню для закладу ресторанного господарства.

### Тести для самоконтролю

1. Термін «меню» має \_\_\_\_\_ походження.

- а) англійське; б) італійське; в) французьке; г) грецьке.

2. Одним із найважливіших критеріїв, за яким визначають рівень (клас) закладу ресторанного господарства, є наявність \_\_\_\_\_.

- а) упорядкованого меню; б) трьох зірок; в) винної карти.

3. Якого виду меню НЕ виділяють залежно від контингенту споживачів, типу і потужності закладу ресторанного господарства, форм і методів обслуговування тощо?

- а) вільного вибору; б) скомплектованого;  
в) банкетного; г) комбінованого; д) чергового.

4. Яке меню дозволяє споживачам обирати страви із загального меню підприємства відповідно до своїх уподобань і самостійно складати меню сніданку, обіду чи вечері?

- а) меню вільного вибору; б) банкетне меню;  
в) меню скомплектованих обідів; г) меню чергових страв.

5. Меню вільного вибору страв залежно від можливості внесення змін до нього, поділяється на:

- а) сезонне і цілорічне; в) паперове і електронне;  
б) статичне і динамічне; г) на одному аркуші і в папці.

6. До підгрупи статичного меню входять \_\_\_\_\_.

- а) меню порційних страв і обмежене меню;  
б) меню скомплектованих страв і чергове меню;  
в) банкетне і фуршетне меню;  
г) меню фірмових страв і страв швидкого харчування.

7. В якому меню вказують порційні страви в широкому асортименті, а характерною його особливістю є те, що страви готують на замовлення?  
 а) у порційному меню (a la carte); б) в обмеженому меню (limited);  
 в) в меню загального столу; г) в банкетному меню.
8. Яке меню використовується у закладах швидкого обслуговування, а також в спеціалізованих закладах ресторанного господарства?  
 а) обмежене; б) порційне; в) скомплектоване; г) банкетне.
9. Особливістю меню вільного вибору страв масового приготування є те, що \_  
 а) усі страви готуються невеликими порціями при замовленні;  
 б) до його складу входять страви, заздалегідь виготовлені партіями;  
 в) на підприємстві заздалегідь готують напівфабрикати;  
 г) немає постійного меню.
10. Якому меню притаманна значна змінюваність асортименту страв?  
 а) циклічному; б) окремого дня; в) банкетному; г) вільного вибору.
11. Яке меню дозволяє організувати харчування за абонементом в соціально орієнтованих підприємствах, чи з попередньою оплатою раціону харчування в ресторані готелю?  
 а) комбіноване; б) окремого дня; в) комплексного обіду; г) банкетне.
12. Як називається французькою мовою «меню загального столу»?  
 а) a la carte; б) table d'hote; в) limited menu; г) du jour.
13. Для кого складається меню денного раціону харчування?  
 а) для туристів, які подорожують організовано великими групами;  
 б) для хворих у лікувальних закладах;  
 в) для тих, хто дотримується здорового харчування;  
 г) для певного постійного контингенту споживачів (школярів, учнів ПТУ тощо).
14. Який вид меню використовується найчастіше в закладах харчування?  
 а) меню денного раціону; б) меню чергових страв;  
 в) меню скомплектованих страв; г) комбіноване меню.
15. Якими критеріями визначається асортимент банкетного меню?  
 а) видом банкету та способом обслуговування;  
 б) характером урочистої події та побажаннями замовників;  
 в) сезонністю та наявністю необхідного асортименту продуктів;  
 г) місцем розташування закладу ресторанного господарства.
16. Сумарна вага страв в банкетному меню коливається \_\_\_\_\_.  
 а) від 0,3 до 0,5 кг на особу; б) від 0,5 до 1,0 кг на особу;  
 в) від 0,6 до 1,2 кг на особу; г) від 0,9 до 1,5 кг на особу.
17. Які страви записують у меню першими?  
 а) перші страви; б) гарячі напої;  
 в) холодні страви і закуски; г) гарячі закуски.

18. *Фірмові страви у ресторанах в меню записують \_\_\_\_\_.*  
 а) наприкінці; б) в кожній категорії страв виділяють окремо;  
 в) першими; г) окремим аркушем всередині папки.
19. *У спеціалізованих підприємствах і кафе першими записують \_\_\_\_\_.*  
 а) холодні страви і закуски;  
 б) вироби, що визначають тип даного закладу;  
 в) хлібобулочні і кондитерські вироби;  
 г) гарячі та прохолодні напої (залежно від сезону).
20. *На виробництвах з нормальним температурним режимом найбільшим за обсягом споживання їжі є \_\_\_\_\_.*  
 а) сніданок; б) полуденок; в) обід; г) вечеря.
21. *Які пункти меню обов'язкові, незалежно від типу закладу, його класу чи спеціалізації?*  
 а) перелік страв у певній послідовності та їх ціна;  
 б) інформація про інгредієнти кожної страви та їх вихід;  
 в) перелік страв із зазначенням усіх інгредієнтів, їх вихід, ціна;  
 г) перелік страв, їхні фотографії, вихід та ціна.
22. *Використання меню-газети найбільш слушне у \_\_\_\_\_.*  
 а) ресторанах при готелях; б) ресторанах класу «люкс»;  
 в) закладах швидкого харчування; г) спеціалізованих кафе.
23. *Невеличкі бутерброди, які збуджують апетит перед столом з основними стравами, називаються \_\_\_\_\_.*  
 а) канапками; б) закусками; в) апетайзерами; г) аперитивом.
24. *Їстівне меню виготовляють із \_\_\_\_\_.*  
 а) сої і кукурудзяного крохмалю; б) борошна та яєць;  
 в) картопляного крохмалю та яєць; г) картоплі та борошна.
25. *Основна перевага меню-табло полягає в тому, що можна \_\_\_\_\_.*  
 а) зекономити на друкуванні меню;  
 б) змінювати ціни і склад пропонованих страв;  
 в) демонструвати наочно пропоновані страви;  
 г) встановлювати на видному місці як всередині закладу, так і назовні.
26. *Для мінімізації витрат часу на обслуговування деякі сучасні заклади ресторанного господарства запровадили \_\_\_\_\_.*  
 а) роботів-офіціантів; б) електронне меню; в) самообслуговування.
27. *Які додаткові послуги отримує споживач, використовуючи e-Меню, під час очікування?*  
 а) замовляє страви з доставкою;  
 б) резервує столики у ресторані;  
 в) грає в ігри, читає гороскоп, анекдоти, слухає музику чи дивиться відео;  
 г) замовляє таксі.

28. Електронні меню можна розділити на два види:
- а) стаціонарні та виносні;
  - б) комп'ютерні і планшетні;
  - в) книжкового і кишенькового формату;
  - г) статичні і динамічні.
29. Дорогі версії ЯКОГО типу меню включають їх виготовлення з металевих конструкцій, з освітленням та поверхнею, що легко змінюється?
- а) електронного меню;
  - б) меню-табло;
  - в) змінного меню;
  - г) меню ресторанів класу «люкс».
30. Інтерактивне меню, що реалізується за допомогою сенсорного дисплею, - це:
- а) е-Меню;
  - б) планшетне;
  - в) комп'ютерне;
  - г) сенсорне.

## ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3 ОРГАНІЗАЦІЯ НАДАННЯ ПОСЛУГ ХАРЧУВАННЯ

### Тема 10. ОСОБЛИВОСТІ ПРОФЕСІЙНОГО ЕТИКЕТУ ПРАЦІВНИКІВ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

- 10.1. Основні функції та обов'язки працівників ресторану.
- 10.2. Організація роботи персоналу барів.
- 10.3. Професійна етика хостес, сомельє, баристи.
- 10.4. Вимоги до зовнішнього вигляду і форменого одягу працівників ресторанів.

#### 10.1. Основні функції та обов'язки працівників ресторану

Види ресторанної діяльності здебільшого поділяються на ті, що виконуються в присутності клієнта, в т.зв. *фронт-хаусі* (частина ресторану, де здійснюється безпосереднє обслуговування відвідувачів), і ті, яких гості, як правило, не бачать (*бек-хаус*).

**Метрдотель.** Рестораном управляє генеральний менеджер, або менеджер ресторану з обслуговування (метрдотель). У перекладі з французької «метрдотель» дослівно означає «господар готелю». Так називали старшого слугу, який відповідав за стіл і домашню прислугу. У нас визначення «метрдотель» закріпилось за розпорядником у ресторані. Його завдання – якнайкраще прийняти відвідувачів і надати їм все, що є в ресторані. Іншими словами, метрдотель виконує функцію господаря, який створює атмосферу гостинності. Залежно від розмірів ресторану та обсягів продажу його продукції, в ньому можуть бути й інші менеджери, що мають вужчу спеціалізацію, наприклад менеджер кухні, менеджер бару, менеджер з обслуговування масових заходів тощо. Здебільшого вони отримують комплексну підготовку і за потреби можуть замінити один одного.

Робочий день метрдотеля починається з перевірки технічного стану холу, гардеробу, залу, бару, туалетних кімнат, якості прибирання приміщень, справності меблів, обладнання, освітлення тощо. Він одразу вживає заходів щодо усунення недоліків чи несправностей.

Далі метрдотель переглядає попередні замовлення, якщо такі є, і віддає розпорядження щодо сервірування столів. Він особисто контролює правильність накривання столів скатертинами, чистоту предметів сервірування на столах і в сервантах офіціантів. Його обов'язками також є ознайомлення з меню та перевірка наявності зазначених там страв на виробництві і в буфеті. Якщо існують невідповідності, він вносить правки.

Метрдотель слухає доповідь старшого офіціанта про організацію роботи офіціантів в залі. Звертаючись до персоналу зміни, вказує на помилки в обслуговуванні відвідувачів, допущені за попередній день, відзначає позитивні моменти, розповідає про особливості роботи на поточний день, умови реалізації окремих страв тощо та інформує підлеглих про розпорядження адміністрації ресторану, зміни в роботі.

Розподіливши офіціантів по робочих місцях в залі ресторану залежно від їхніх знань і практичних навичок, метрдотель переходить до виконання своїх *основних обов'язків – зустрічі відвідувачів.*

Зустрічаючи гостей, метрдотель вітає їх, проводить до залу, разом з офіціантом допомагає розміститися за столом, знайомить із асортиментом страв і послуг, стежить за роботою офіціантів (дотриманням правил подачі страв, використанням посуду і швидкістю обслуговування), оперативно втручається у конфлікт, розглядає заяви і побажання клієнтів, одразу вживає заходів щодо скарг клієнтів.

*Врегулювання конфліктних ситуацій – важливий аспект; конфлікт шкодить іміджу.* В ресторанах існують певні стандарти, що визначають поведінку обслуговуючого персоналу при виникненні конфлікту. Насамперед, потрібно спробувати його відвернути. Якщо страва не сподобалась гостеві, краще швидко забрати її і подякувати клієнтові за зауваження. Так усувається власне джерело конфлікту.

Якщо ж зупинити розвиток конфлікту не вдається, потрібно діяти в рамках відповідних повноважень. Офіціант, якому не вдається залагодити конфлікт, вибачається і, подякувавши клієнтові, звертається до старшого офіціанта, а той, у свою чергу, залучає менеджера ресторану. Скарги гостей можуть бути дуже специфічними, не пов'язаними ані з якістю страв, ані з рівнем обслуговування, – клієнт може відчутти потребу «розрядитися». В кращих ресторанах і барах при розв'язанні конфліктної ситуації персонал підтримує клієнта.

По закінченні роботи метрдотель контролює внесення в касу офіціантами авансових сум і виручки за день, здачу посуду і приладдя до сервізної, своєчасний вихід обслуговуючого персоналу тощо.

**Професійні знання менеджера з обслуговування охоплюють:**

- правила і техніку обслуговування свят;
- основи технології приготування страв, вимоги до їхньої якості та оформлення;
- форми обслуговування;
- правила контролю на контрольно-касових апаратах;
- ціноутворення у закладах ресторанного господарства.

До **обов'язків** метрдотеля входять:

- реєстрація попередніх замовлень на обслуговування іноземних гостей;
- зустріч постійних відвідувачів (звертаючись до них на ім'я);
- розсаджування почесних гостей за столиками;
- спілкування з гостями (чи задоволені вони якістю обслуговування та їжі);
- відстеження процедури обслуговування в торговому залі для попередження виникнення проблем;
- прийом скарг від відвідувачів;
- видача дозволу на безкоштовні обіди і напої;
- письмова відповідь на скарги відвідувачів;
- збереження і повернення відвідувачам забутих речей;
- супровід санітарної інспекції під час відвідин закладу;
- за потреби надання першої допомоги співробітникам і клієнтам;
- складання письмових пояснень з приводу всіх подій і нещасних випадків та повідомлення про них в органи правопорядку;
- стеження за поведінкою працівників і створення в закладі умов, що відповідають усім вимогам безпеки.

Метрдотель має **право**:

- не допускати або усувати від роботи працівників залу, які порушили трудову дисципліну або правила внутрішнього розпорядку;
- вимагати правильного оформлення і належного рівня якості страв і кулінарних виробів, а у разі їхньої невідповідності вимогам, повертати для заміни;
- давати пропозиції щодо найму і звільнення персоналу залу;
- перевіряти знання персоналу і робити висновок про рівень їх професійної підготовки, вносити пропозиції щодо складу ланок і призначення старших офіціантів, підвищення кваліфікаційного розряду працівників;
- вносити пропозиції щодо заохочення працівників залу.

У великих закладах ресторанного господарства роботою з кадрами, їх підбором і розстановкою займається менеджер з кадрів. У малих закладах ця функція покладається на ресторанного менеджера.

У закладах ресторанного господарства важливу роль в організації виробничого процесу відіграє **менеджер із виробництва**, який відповідає за постачання сировини, укладання угод із постачальниками, що знижує витрати на утримання транспорту й гарантує якість продукції, що постачається, та її безперебійну доставку.



### **Менеджер із виробництва:**

- забезпечує раціональне використання сировини й організовує кулінарну обробку продуктів відповідно до технології приготування страв, досягаючи випуску продукції високої якості;
- щодня коригує меню з урахуванням наявних продуктів і асортиментного мінімуму, здійснює бракераж страв;
- вивчає попит відвідувачів;
- забезпечує дотримання на виробництві норм санітарної гігієни, техніки безпеки.

В ресторанах вищої категорії до керівної ланки відносять менеджера з виробництва. В інших – відповідальність за виконання зазначених функцій покладена на шеф-кухаря.

**Офіціант.** Швидкість, чіткість, культура обслуговування в ресторані залежить від правильної організації праці, режиму роботи офіціантів.

У закладі може застосовуватися індивідуальний метод обслуговування, при якому всі функції (від прийому замовлення до розрахунку з відвідувачем) виконує один офіціант, що одночасно обслуговує 3-4 столики. Офіціанти працюють за двоступінчастим двозмінним графіком, а це дозволяє перебувати в торговому залі в часи пік більшої кількості персоналу. Кожна бригада працює по 2 робочі дні через дві доби.

Найважливіші якості офіціанта – комунікабельність, доброзичливість, приємна зовнішність, уміння працювати в колективі. Портрет сучасного офіціанта: підтягнутий, елегантний, ерудований, спостережливий, із гарними манерами, кмітливий і з почуттям гумору, готовий залагодити конфліктну ситуацію ще в зародку, здатний відчувати настрій іншої людини і налаштовуватися на її «хвилю», з умінням розподіляти увагу і добре розбиратися в людях. Саме від нього залежить дотримання в залі ресторану атмосфери гостинності і привітності.

*Обов'язкова вимога* до офіціанта – знання правил і прийомів обслуговування та вміння застосовувати ці знання. Крім того, офіціант повинен бути обізнаний із продовольчими товарами і кулінарією, знати обладнання, призначення різних видів посуду і приладдя.

Бланки рахунків повинні бути пронумеровані і зброшуровані. Завжди при собі офіціантові треба мати ключ і штопор для відкривання пляшок, ручку для заповнення рахунків, носовичок, запальничку, якщо в залі дозволено палити.

**Обов'язки** офіціанта такі:

- приходити на роботу вчасно;

- чітко виконувати вказівки метрдотеля (менеджера);
- дотримуватися встановлених в ресторані правил обслуговування відвідувачів, бути ввічливим, завбачливим, уважним, турботливим;
  - знати меню, пропоновані страви і ціни, порядок подачі страв і основи технології їхнього приготування;
  - вміти ненав'язливо радити клієнтам фірмові страви і напої;
  - бути у форменому одязі, завжди чистому і попросованому, в начищеному взутті;
  - строго дотримуватися правил особистої гігієни;
  - ретельно готувати столи до прийому відвідувачів, постійно підтримувати порядок на столах, своєчасно і правильно сервірувати їх, прибирати використаний посуд та приладдя;
  - користуватися при обслуговуванні чистими, добре попросованими серветками і скатертинами, підтримувати чистоту підсобного столу і серванту;
  - доброзичливо зустрічати відвідувачів, вітати їх, допомагати розміститися за столом, пропонувати меню, точно і швидко виконувати замовлення;
  - не допускати використання столового посуду, приборів і білизни з дефектами;
  - своєчасно інформувати метрдотеля чи менеджера ресторану про всі зауваження і побажання клієнтів.

Відповідно до умов конкретного ресторану (бару) офіціанти, що обслуговують іноземних гостей, повинні знати іноземну мову в достатніх для виконання своїх обов'язків межах.

**Офіціантові забороняється:**

- без дозволу метрдотеля запрошувати відвідувачів до столу чи пересаджувати їх;
- розсаджувати клієнтів за непідготовлений стіл;
- збиратися групами, палити, сидіти, голосно розмовляти та ін.;
- ставити таблички «стіл замовлений» без відома менеджера чи метрдотеля;
- отримувати на роздачі незадовільні за якістю (оформленням) страви;
- приймати попередні замовлення на банкети та інші заходи без відома метрдотеля;
- виходити в робочий час на тривалий період без дозволу старшого офіціанта (бригадира) чи метрдотеля.

В конкретному закладі можуть діяти інші заборони, як і обов'язки.

## 10.2. Організація роботи персоналу барів

Професія бармена зародилася в Сполучених Штатах Америки за часів «золотої лихоманки», коли в торгових точках в поселеннях продавалося відразу все. Власники для збільшення товарообігу почали пропонувати і напої. Потім приміщення магазину перегородили бар'єром, що розділив «торгову зону» і «місце для відпочинку», яке стало називатися баром. Тоді ж з'явилися і перші бармени. Коктейлі в їхньому сучасному вигляді з'явилися також в США. У 1862 р. вийшла перша книга «Bartender's Guide», що містить відомості про напої, рецептуру коктейлів і професійний кодекс бармена. Її автор (Джері Томас) багато років відпрацював за барною стійкою.

Вимоги, що ставляться до персоналу барів, дуже високі. Необхідно добре володіти собою, знати іноземні мови, мати почуття власної гідності та знаходити відповідну манеру спілкування з відвідувачами.

**Супервізор (менеджер) бару** є лише у готельних комплексах з великою кількістю барів (наприклад, бар-холи, нічні бари та ін.). Завдання супервізора такі ж, як і у старшого офіціанта в ресторані, а саме: загальне керівництво, планування відпусток співробітників, контроль, організація, утворення нових відділів всередині бару.

**Бармен** (*bartender, barkeeper*) і **бармед** (*barmaid*). Під поняттям «бартендер» і, відповідно, «баркіпер» в англо-американських країнах розуміють власника або орендаря бару. В Європі прийнятий термін «бармен» – той, хто створює коктейлі, та керівник бару. Бармен і, відповідно, бармед – вузькі фахівці серед персоналу ресторанів, яким необхідні особливі знання з приготування коктейлів. Найважливіша особливість хорошої роботи бармена – не тільки вміння розмовляти з відвідувачами, але й професійне виконання своїх обов'язків.

Деякі компоненти коктейлів і гарніри бармен готує сам: чайні, кавові, цукрові сиропи, деякі види соків (лимонний, апельсиновий) і гарніри – вишня в сиропі, лимонні або апельсинові підвіски, спіраль із цедри, фрукти на шпажках, цукровий чи соляний «ніш» тощо. Гарніри використовують як закуски до напою, для додаткової ароматизації або як прикраси для коктейлю.

Бармен повинен усім своїм зовнішнім виглядом і поведінкою привертати увагу відвідувачів. Він може зацікавити гостей барними фокусами, фрістайлом, знати багато анекдотів, уміти спілкуватися з молоддю. До того ж бармен не просто наливає напої в чарки, він творить, змішує, шукає «золоту середину», намагаючись зробити напій не надто кислим, солодким чи гірким. Він має виконувати свою роботу

легко, із захопленням, азартом, щоб гість не нудьгував і почувався комфортно. Бармен повинен бути тонким психологом, щоб за кілька хвилин, поки готується коктейль, зрозуміти, який настрій і вподобання у кожного гостя. У нього має бути гарна зорова пам'ять, оскільки постійним відвідувачам закладу, чії смаки вже відомі, завжди приємно, коли бармен пам'ятає їх. Не можна приділяти більше уваги одному клієнтові. Він повинен вміти спілкуватися і з бізнесменами, і зі студентами, і з дівчатами. Комунікабельність завжди позитивно впливає на відвідувачів бару. Для того, щоб спілкуватися під час приготування коктейлю, потрібно довести свої професійні навички до автоматизму. Це починається з правильної організації робочого місця.

Існує декілька **типів барменів**. Наприклад, «у *майках*». Вони працюють у барах, де п'ють здебільшого чисті напої, асортимент напоїв невеликий, тому спілкування з клієнтом практично відсутнє, воно зведене до мінімуму. Інший тип барменів – «*кранівники*» – фактично тільки розливають пиво (працюють краном). Зрозуміло, що їх навряд чи можна назвати професійними барменами.

Отже, бармену мають бути притаманні такі **особистісні якості**:

- комунікабельність (вміння спілкуватися, здатність легко встановлювати контакт із відвідувачами);
- спостережливість (щоб визначити характер співрозмовника, його настрій);
- здатність правильно налаштувати розмову із клієнтом, виявити його потреби;
- бажання вдосконалювати професійні навички і знання етикету;
- гарні манери, які відразу помічають і оцінюють клієнти.

Приготування коктейлів – це велике мистецтво. Напій готують у присутності клієнта. Для цього бармен повинен виробити чіткі та впевнені рухи, мати гарну поставу і хороший окомір. Отже, знання і досвід, професійні вміння і навички є найкращими помічниками бармена і лежать в основі його професійної етики.

**Баркоміс** – помічник бармена (*barboy*). Він знаходиться в барі, де виконує розпорядження бармена з усіх видів роботи. Фактично баркоміс відповідає за всю діяльність бару, але основна його робота пов'язана з напоями, він ніби очолює команду бару. До його обов'язків входить також прибирання й очищення столів та залу.

**Барвайтер** (*barwaiter* – кельнер) – постійно перебуває за стійкою: обслуговує гостей, приймає замовлення тільки від бармена або від баркоміса в самому барі, а також займається розрахунками.

### 10.3. Професійна етика хостес, сомельє, баристи

**Хостес** (англ. *hostess*) – господиня залу, старша офіціантка. До її обов'язків входять зустріч гостей і супровід їх до столика. В багатьох елітних закладах вимоги до освітнього і культурного рівня хостес високі. Потрібно бути готовою до розмови із клієнтом, вміти відповісти на його жарти, а іноді вийти із нестандартної ситуації; мати навички із обслуговування гостей, оскільки в години пік хостес доводиться приймати замовлення у клієнтів, допомагаючи офіціантам. Тому на посаду хостес найчастіше переходять найдосвідченіші і найкомунікабельніші офіціантки, бажано зі знанням іноземної мови.

Хостес повинна **знати**:

- види прийомів і банкетів, форми обслуговування в ресторанах;
- види сервірування столів, види меню і преїскурантів;
- кулінарні характеристики страв;
- класифікацію вин, способи подачі напоїв, наявних у винній карті ресторану;
- психологічні аспекти роботи з клієнтами.

Хостес повинна мати імідж ділової жінки. Таких жінок вирізняє гарна, пряма постава, легка хода, приємна пластика рухів. Вони вміють стежити за своєю зовнішністю і зачіскою, можуть контролювати свою міміку та жести. Їм не притаманна зайва жестикуляція. У них грамотна мова, вони знайомі з навичками ділового спілкування.

Із професійних навичок хостес варто наголосити на доброзичливості, вихованості, тактовності, знанні основ психології (види темпераменту, особливості емоційних станів), здатності позитивно впливати на гостей. Хостес повинна бути не тільки симпатичною, але й випромінювати позитивну енергію. Від її дружелюбності залежить загальне враження про заклад.

**Сомельє** – людина, що відповідає за подання напоїв у ресторані, дає поради з вибору вин, сервірує їх чи стежить за їхнім поданням клієнтові аж до моменту, доки гість не залишить зал.

У наших ресторанах посада сомельє з'явилась декілька років тому, не дивно, що вона помилково вважається новою. Насправді, ця професія (у перекладі з французької «виночерпій») у країнах Західної Європи відома ще із Середньовіччя.

Сомельє, як і звичайний офіціант, бере безпосередню участь у обслуговуванні відвідувачів в залі ресторану. Найчастіше цю посаду обіймають професійні бармени, які добре розуміються не тільки на винах, але й на кухні; легко спілкуються з клієнтами. Бармен може

стати сомельє, якщо він орієнтований на подальше здобуття знань у ресторанному бізнесі, має потребу професійного росту, добре розвинуті органолептичні здібності і чудову наочно-образна пам'ять.

Головний обов'язок сомельє в ресторані – рекомендація з вибору напоїв і забезпечення їхнього грамотного подання гостям. Справжньому сомельє достатньо глянути на келих із вином на світло, понюхати корок від пляшки і трошки скуштувати напій, щоби повністю охарактеризувати його.

До **обов'язків** сомельє відносять:

- визначення якості товару з допомогою спеціальних дегустацій;
- консультації керівництва і шеф-кухарів свого закладу з вин, міцних напоїв і сигар;

- складання винної карти;
- закупівлю алкогольних напоїв;
- турботу про винний погріб і підтримання запасу вин у ресторані.

Сомельє повинен **знати**:

- які алкогольні напої відповідають стравам різних кухонь світу;
- яких змін зазнає винна карта при введенні шеф-кухарем нової страви;

- як споживати столові, марочні, міцні, десертні і мускатні вина, а також бренді, коньяки, настоянки, горілку, ром, віскі, джин;

- класифікацію коктейлів, аперитивів і дигестивів та як їх готують і споживають;

- різні способи сервірування столів;
- призначення келихів;
- питання дизайну інтер'єру та обладнання приміщень;

- в якому положенні, за якої вологості, температури та освітленості потрібно зберігати пляшки з вином та іншими алкогольними напоями, а також коробки із сигарами, оскільки від правильного розміщення в підсобних приміщеннях ресторану напоїв і сигар залежить збереження їхніх якостей;

- географію всіх найуспішніших виноробних країн (Франції, Італії, Іспанії, Португалії, Швейцарії, Австрії, Німеччини, Аргентини, Чилі, США, Ізраїлю, ПАР, Угорщини, Болгарії, Грузії, Молдови та ін.);

- певні особливості технології виробництва напоїв;

- відповіді на такі запитання: Що таке лоза і ягода? Які сорти винограду і терміни його досягання існують? Де і як обробляють зібраний урожай, щоб отримати біле чи червоне, сухе чи солодке, столове чи спеціальне вино? Що таке витримка, градуси і цукристість

напою? Як виробляють міцні і колекційні вина?

- знати ціну і популярність вин.

В ресторані доцільно облаштувати **два склади**: *головний* – для довготривалого зберігання вин і *оперативний* – місце зберігання перед поданням. У *головному погребі* потрібно дотримуватися таких умов:

- вина зберігаються тільки горизонтально, щоб вино постійно змочувало корок. В іншому випадку корок розсохнеться, до пляшки потрапить кисень і вино зіпсується;

- вина зберігають у темноті, оскільки більшість із них, зокрема іґристі, бояться світла;

- погріб ізолюється так, щоб унеможливити вібрацію;
- не повинно бути сторонніх, особливо хімічних і «кухонних» запахів;
- вологість погребу повинна становити близько 70%;
- температура ідеального погребу +12°C без різких перепадів.

На оперативному складі зберігаються вина в кількості, порівнянній з обігом за зміну, при температурі подання на стіл: для іґристих і білих вин різних сортів від +7 до +12°C, для червоних – +14-+16°C.

Сомельє повинен **уміти**:

- складати колекцію вин і напоїв відповідно до меню ресторану;
- розшифровувати всю інформацію, вказану на етикетках, упаковці напоїв і сигар;

- подавати і відкривати пляшки;

- правильно користуватися посудом і спеціальним ресторанным інвентарем;

- організувати й облаштувати винний погріб та бар;

- обрати найякісніші напої і сигари, убезпечивши свій заклад від усіляких підробок;

- оцінити смак, аромат, іґристість вина;

- скласти 3 сервісні карти ресторану: карту вин, міцних напоїв і сигар;

- сервірувати і подавати напої на банкетах типу «фуршет» і «коктейль», а також на дипломатичних і посольських прийомах.

Добрі знання кліматичних зон, погодних умов, способів вирощування винограду і традицій виробництва напоїв у різних виноробних країнах допомагають сомельє у його практичній роботі. Наприклад, поглянувши на етикетку із вказаним місцем і роком виробництва напою, справжній професіонал може точно охарактеризувати вміст пляшки. Чим більше подробиць із перетворення винограду у вино відомі сомельє, тим успішнішою буде його професійна діяльність.

Сомельє повинен бути тактовним, доброзичливим, вміти ненав'язливо давати поради гостеві стосовно вибору напою. Знання етикету, культури спілкування, грамотна мова – ось якості професійної етики, притаманні сомельє. Він має володіти вишуканими манерами, щоб перетворити подавання вина у справжню церемонію. Обов'язкова професійна риса сомельє – це тверезість: він дегустує вина, смакуючи їх мікродозами, щоб не притупилися смакові рецептори.

Сомельє знає, на якій відстані від келиха і під яким кутом нахилу пляшки потрібно наливати вино, оскільки до кожного напою має бути персональний підхід.

Окрім професійних знань, сомельє має знати основи психології, щоб за зовнішнім виглядом клієнта вміти вгадати його настрій, визначити його смаки і побажання, соціальний статус і платоспроможність. У процесі обслуговування сомельє вчиться швидко вловлювати думки клієнтів, будувати розмову з відвідувачем ресторану, щоб вибір пропонованих напоїв до замовлених страв був найточнішим.

Більшість клієнтів прагне отримати детальну інформацію про вино. Тому сомельє повинен мати добру пам'ять і здатність цікаво розповідати. Тоді він зможе легко розповісти романтичну історію винайдення напою, як прийнято пити вино в країні, де його виробляють, перелічити всі його властивості і якості, і навіть назвати імена відомих людей, що надають перевагу тому чи іншому напоєві. Іноді робота сомельє потребує наявності почуття гумору, винахідливості та емоційності.

В усі часи основним об'єктом роботи сомельє було вино. Цей пріоритет залишається і в наші дні. Але поступово рамки професії розширились, і тепер знавець вин повинен розумітися не тільки на міцних напоях, але і в сигарах престижних брендів. З'явилась така посада як **сигарний сомельє**.

Справжній фахівець за розміром і формою тютюнового листка, способом його закрутки, ароматом і кольором, за торговою маркою і місцем виробництва сигари може розповісти практично все про якість і особливості того чи іншого тютюнового виробу. Цигарки, трубки для паління не входять до кола професійних інтересів сигарного сомельє.

Сигарний сомельє повинен, насамперед, стежити за правильним зберіганням сигар у х'юмідорі (це може бути кабінетна скринька, яка вміщує сотню сигар, вітринна шафа чи ціла кімната). Зволожуючим пристроєм у першому випадку слугує губка, яка легко вбирає воду і повільно її віддає, іноді якась ємність із дистильованою водою



(водогінна вода із великим вмістом мінеральних солей може призвести до їхнього відкладання на поверхні сигар у вигляді білого нальоту). Якщо сигари знаходяться в поліетиленовій упаковці, то перед тим, як покласти їх у х'юмідор, потрібно звільнити від обгортки: сигари мають дихати вільно.

Сигарний сомельє повинен мати добре розвинуті нюхові і смакові відчуття. Не бажано, щоб він мав захворювання носоглотки, гайморит, алергію на запахи. Обов'язковою умовою є професійна освіта і постійна участь у сигарних дегустаціях. Окрім того, йому притаманні такі риси, як артистизм, міцна нервова система і витримка, для демонстрації гарного та елегантного стилю подавання сигари.

За кордоном ця професія відома давно. В Гавані відбуваються Міжнародні сигарні фестивалі, одним із найзахопливіших моментів яких є конкурс сигарних сомельє, що складається з теоретичної та практичної частин. У першій частині ставлять 25 запитань на знання рингейджів (діаметрів) сигар, у другій – потрібно обрати напій, підібрати до нього сигару, обґрунтувати, чому вони ідеально поєднуються між собою за смаком, і нарешті, сервірувати сигару для одного із членів журі.

Останніми роками мережа закладів ресторанного господарства доповнилась кав'ярнями. Сучасна кав'ярня – це невелике підприємство від 20 до 80 місць. Тут по-домашньому затишно, комфортно, атмосфера і музичний супровід сприяють спокійному спілкуванню. Кав'ярні відвідують заради кавової різноманітності та оригінального асортименту. Кава поступово перетворюється на продукт, який впливає на імідж закладу. Створена навіть Академія вищої кавової майстерності в Санкт-Петербурзі. З'явилась нова професія – баристи.

**Бариста (баристка)** – це людина, яка професійно працює з кавою і варить її на еспресо-машині. В перекладі з італійської *barista* – «бармен, що співає». Кажуть, що в минулому на Апенінах кожна людина, яка готувала і подавала каву в барах, вміла розважати відвідувачів вокалом. Від сучасних баристів таких умінь не вимагають, але володіти кавоваркою та вміти дібрати ключики до сердець і шлунків клієнтів потрібно віртуозно.

**Обов'язки баристи:**

- вміти підібрати таку каву в зернах, яка смакуватиме клієнтові;
- налаштувати кавомашину;
- гарно подати напій;

- знайомити відвідувачів із приготуванням кави і напоїв на її основі;
- знати смакові добавки до кави (фруктові, ванільні сиропи, тертий гіркий шоколад, кориця, гвоздика, лісовий горіх);
- вміти готувати авангардні кавові напої;
- уміти готувати каву «лате» (з малюнком вершками на поверхні);
- готувати каву в турці (джезві) на піску;
- пропонувати гостям десерти, що пасують до обраного сорту кави;
- знати історію кавових зерен країн – основних виробників кави.

Для приготування еспресо потрібна зернова кава, яку бариста повинен змолоти, використовуючи професійну кавомолку; тільки тоді можна досягти співвідношення, при якому через певну кількість меленої кави проходить певна кількість води за обмежений проміжок часу.

Психологічний аспект приготування кави полягає в тому, що її потрібно «відчувати». Це «відчуття кави» приходить із досвідом. Тоді технічне виконання алгоритму дій перетворюється на творчість. Основною якістю баристи є терплячість і вміння слухати оточуючих. З огляду на це, він повинен мати добру пам'ять і розвинутий смак, щоб завжди і в усьому виділятися, вміло прищеплювати гостям барів і кав'ярень культуру споживання кави.

Отже, бариста – це професія, яка дозволяє проявитися творчим здібностям особистості. Надзвичайно важливо для професії баристи мати широкий світогляд, постійно підвищувати свою кваліфікацію, брати участь у конкурсах, які проводяться і в Україні, і за кордоном.

Цікаво, що на щорічних світових чемпіонатах на звання кращого баристи кожен учасник готує для чотирьох суддів по чотири еспресо, капучіно і авторських напої. Виступ оцінюється за смаком кави, оформленням, правильною подачею та ерудицією автора. За регламентом турніру зранку в день змагань членам журі забороняється користуватися парфумами, відвідувати перукарню і навіть... чистити зуби. Жодні сторонні запахи і смаки не повинні спотворити аромат запропонованого напою. Вирішальним чинником в оцінці баристи вважається артистизм.

#### **10.4. Вимоги до зовнішнього вигляду і форменого одягу працівників ресторанів**

Зовнішній вигляд – не тільки приємне обличчя і чистий одяг. Це і зачіска, косметика, особиста гігієна. Офіціант, бармен, метрдотель завжди на видноті, тому вони повинні виглядати елегантно. Секрет елегантності кожна людина пізнає індивідуально, проявляючи при цьому смак і враховуючи своєрідність своєї зовнішності та характеру.

Високий рівень культури обслуговування, сучасні вишукані інтер'єри ставлять до форменого одягу персоналу суворі вимоги. Гарним визнається той одяг, який відповідає іміджу людини, правильно підбраний по фігурі, зручний і раціональний. Колір одягу визначається дизайнером із врахуванням загального кольорового вирішення залу. Естетичні якості одягу, як правило, дисциплінують людину, поліпшують її настрій. При цьому потрібно стежити за чистотою одягу, не допускаючи плям і зім'ятості.

Одяг офіціантів повинен бути сучасним, створеним для конкретного закладу і обстановки. Наприклад, у ресторані «Вавилон» уніформа офіціантів і барменів може бути стилізована під давньоримські сорочки-туніки із брюками світлих тонів, а в ресторані «Асоль» – матроські куртки і берети білого кольору із синім помпоном. Такий одяг не варто прикрашати зайвими деталями.

Якщо формений одяг неохайний, це розцінюється не просто як недбалість, а як неповага до відвідувачів. Нехлюйство в одязі несумісне з професійними функціями офіціантів і барменів. Отже, естетичний зовнішній вигляд і висока культура обслуговування в ресторанах нероздільні.

У міжнародній практиці прийнята певна форма одягу офіціантів, що відповідає як естетичним, так і утилітарним вимогам. В ресторанах класу «люкс» форма для вечірньої роботи – це костюм-трійка із брюками без манжетів, жилет із чорної цупкої тканини, чорні модельні черевики, біла сорочка і чорний метелик. Для обслуговування вдень використовуються білі куртки із цупкої тканини. Влітку аналогічна форма із полегшеної тканини. На офіційних прийомах, банкетах і при різних видах спеціального обслуговування, коли можлива поява гостей у смокінгах з білими метеликами, офіціант одягається у фрак із чорним метеликом. У таких випадках рекомендується обслуговувати гостей в білих рукавичках.

Жінкам дозволяється носити строгі сукні з короткими рукавами і білими комірцями та манжетами. Дедалі частіше офіціантки носять костюм, який складається із прямої темної спідниці (довжиною нижче колін чи до середини коліна), форменого піджака такого ж кольору і білої блузи, а також жилета, що надягається під піджак чи самостійно. Сьогодні їх шиють із бавовни, шовку, атласу, парчі, із традиційної шерсті з лавсаном. Вкорочені жилети популярніші від подовжених, оскільки підкреслюють стрункість. Модні двоколірні жилети з полами контрастних кольорів. Такого ж кольору можливі найрізноманітніші

краватки, банти, бантики і метелики. Жилети можуть мати різні заціпки: від гудзиків до елегантних ремінців із пряжками.

Взуття – звичайні чорні туфлі на низьких підборах. На лацканах можна носити емблему закладу у вигляді значка чи емблеми. В кожному ресторані офіціантки можуть мати свій колір одягу – залежно від кольорової гами інтер'єру закладу. Але в будь-якому випадку одяг і взуття повинні бути однаковими. Яскраві кольори неприпустимі.

Ресторани, які використовують в оформленні національні мотиви, а також тематичний колорит, використовують у форменому одязі відповідні елементи.

Дотримання правил особистої гігієни обов'язкове для всього персоналу. Особлива увага повинна приділятися чистоті рук. Перед початком роботи їх потрібно мити до ліктів. Весь персонал ресторану (бару) повинен бути зовнішньо привабливим, тому варто стежити за своїм зовнішнім виглядом на роботі і вдома. Отже, офіціант зобов'язаний прийти на роботу добре поголеним, коротко підстриженим, в напрасованому костюмі, свіжій сорочці, начищеному взутті. Офіціантки повинні бути гарно і охайно одягнуті, з гігієнічним манікюром, доглянутим волоссям. Косметика і прикраси мають бути помірними. Особлива увага приділяється чистоті рук і нігтів, які не повинні бути надмірно довгими; не дозволяється носити під час роботи перстені.

Усі працівники закладів ресторанного господарства проходять медичний огляд у терміни, встановлені органами охорони здоров'я.

Одяг бармена має бути, насамперед, зручним, адже йому доводиться багато рухатися. Класичний варіант – це чорні штани, біла сорочка і жилет. У такому одязі зручно працювати (особливо, якщо жилет підкорочений), він гарний та елегантний. Жилети можуть бути однобортними і двобортними, з коміром і без. Вони підкреслюють стрункість і спортивність фігури. Колір і малюнок жилетів можуть бути різноманітними: від клітинки і смужки до жакарду, бажано теплих відтінків. Із такої ж тканини має бути краватка чи метелик. Разом зі святковою білою сорочкою під жилет можна підібрати сорочку темних відтінків, що поєднуються з кольором жилету, чи чорну.

Тільки чорний чи білий одяг бармена, використання замість жилету піджаків чи смокінгів є типовими помилками при виборі форменого одягу для барменів, оскільки вони виглядають дуже суворими і урочистими навіть у класичному нічному барі високорозрядного ресторану. Такий одяг налаштовує і клієнта на офіційний лад, коли він прийшов відпочити.

Звичайно, є стилізовані бари, кав'ярні чи бари в курортних зонах, де одяг барменів може бути яскравішим і вільнішим (наприклад, шорти замість штанів). В такому випадку, він повинен гармоніювати з обстановкою та інтер'єром бару. Занадто яскраве і крикливе в одязі може швидко втомити гостей.

### **Запитання та завдання для самоперевірки**

1. *Хто такий «метрдотель»? Назвіть основні завдання, які він виконує.*
2. *Охарактеризуйте професійні знання, обов'язки та права метрдотеля.*
3. *Яку роль в організації виробничого процесу відіграє менеджер з виробництва? Назвіть функції, які він виконує.*
4. *Розкрийте основні якості та риси сучасного офіціанта. Які вимоги ставляться до посади офіціанта?*
5. *Назвіть обов'язки офіціанта і заборони, що поширюються на цю посаду.*
6. *Охарактеризуйте обов'язки працівників барів.*
7. *Назвіть основні типи барменів та перелічіть їхні особистісні якості.*
8. *Дайте характеристику основних вимог до посади хостес.*
9. *Розкрийте сутність посади сомельє. Назвіть обов'язки, які виконує сомельє у закладах ресторанного господарства.*
10. *Якими професійними знаннями повинен володіти сомельє? Які вміння та особистісні риси мають бути притаманні йому?*
11. *Назвіть особливості професії сигарного сомельє.*
12. *Охарактеризуйте особливості професії бариста.*
13. *Назвіть вимоги до зовнішнього вигляду і форменого одягу працівників ресторанів.*

### **Тести для самоконтролю**

1. *Управління висококласним рестораном входить до основних обов'язків \_\_\_\_.*  
а) метрдотеля; б) офіціанта; в) барвайтера; г) швейцара.
2. *Прийшовши на роботу, метрдотель перевіряє \_\_\_\_.*  
а) технічний стан вестибюлю, гардеробу, залу, бару;  
б) технічний стан туалетних кімнат;  
в) якість прибирання приміщень;  
г) справність меблів, обладнання, освітлення;  
д) усі відповіді правильні.
3. *Швидкість, чіткість, культура обслуговування в ресторані залежить від правильної організації праці, режиму роботи \_\_\_\_.*  
а) барменів; б) офіціантів; в) кухарів; г) менеджерів.
4. *Обов'язковою вимогою до офіціанта є \_\_\_\_.*  
а) бути у форменому одязі, завжди чистому і попросованому, в начищеному взутті;  
б) вміти ненав'язливо рекомендувати клієнтам фірмові страви і напої;  
в) знати правила і прийоми обслуговування та уміти їх застосовувати;  
г) знати порядок та техніку обслуговування.

5. Професія бармена зародилася у \_\_\_\_\_.  
 а) США; б) Великій Британії; в) Греції; г) Франції.
6. Бармену мають бути притаманні такі особистісні якості \_\_\_\_\_.  
 а) комунікабельність;  
 б) спостережливість;  
 в) здатність правильно спілкуватися з клієнтом, виявляти його потреби;  
 г) бажання постійно вдосконалювати професійні навички і знання етикету;  
 д) гарні манери, які відразу помічають і оцінюють клієнти;  
 е) усі відповіді правильні.
7. Баркоміс – це \_\_\_\_\_.  
 а) помічник бармена; б) бармен-кранівник;  
 в) помічник менеджера; г) помічник сомельє.
8. Хостес повинна знати:  
 а) види прийомів і банкетів, різні форми обслуговування в ресторанах;  
 б) види сервірування столів, види меню і прейскурантів;  
 в) кулінарну характеристику страв;  
 г) класифікацію вин, способи подачі напоїв, наявних у карті вин ресторану;  
 д) психологічні аспекти роботи з клієнтами;  
 е) усі відповіді правильні.
9. Для зберігання вин у ресторані доцільно облаштувати \_\_\_\_ склади.  
 а) головний і другорядний; б) головний і оперативний;  
 в) оперативний і другорядний; г) перший і другий.

10. Встановіть відповідність:

а) хостес	1) постійно знаходиться за стійкою і приймає замовлення тільки від бармена або від баркоміса
б) сомельє	2) професійно працює з кавою і варить її на еспресо-машині
в) барист	3) старша офіціантка
г) барвайтер	4) дає поради з вибору вин та напоїв

11. Міжнародні сигарні фестивалі відбуваються в \_\_\_\_\_.  
 а) Гавані; б) Мексиці; в) Аргентині; г) Бразилії.
12. Один офіціант у закладі харчування може одночасно обслуговувати \_\_\_\_\_.  
 а) 1-2 столики; б) 3-4 столики; в) 4-5 столиків; г) 5-6 столиків.
13. Чітке дотримання і співрозмірність пропорцій і кольору одягу та всіх предметів туалету – це \_\_\_\_\_.  
 а) естетичність; б) стиль; в) елегантність; г) імідж.
14. Яку уніформу можуть носити офіціанти в ресторані «Вавилон»?  
 а) матроські куртки і берети білого кольору із синім помпоном;  
 б) давньоримські сорочки-туніки із брюками світлих тонів;  
 в) чорні штани, білу сорочку і жилет;  
 г) чорні брюки, червоні сорочки і білу краватку.

15. *Одяг офіціантів повинен бути \_\_\_\_\_.*  
 а) сучасним;  
 б) створеним для конкретного закладу;  
 в) зручним і комфортним для використання;  
 г) з натуральних тканин;  
 д) усі відповіді правильні.
16. *Офіціантки носять спідниці з довжиною \_\_\_\_\_.*  
 а) нижче колін або до середини коліна;  
 б) тільки нижче колін;  
 в) вище колін або до середини колін;  
 г) 35-40 см.
17. *На офіційних прийомах, коли можлива поява гостей у смокінгах з білими метеликами, офіціант одягається \_\_\_\_\_.*  
 а) у чорний костюм із білим метеликом;  
 б) у фрак із чорним метеликом;  
 в) у білий костюм із чорним метеликом;  
 г) у чорний фрак із червоним метеликом.
18. *У яких випадках рекомендується обслуговувати гостей в білих рукавичках?*  
 а) на всіх видах обслуговування;  
 б) тільки при вечірньому обслуговуванні;  
 в) на офіційних прийомах, банкетах і при різних видах спеціального обслуговування, коли можлива поява гостей у смокінгах;  
 г) при обслуговуванні весіль, ювілеїв та інших урочистих заходів.
19. *В закладах ресторанного господарства сигари потрібно зберігати у \_\_\_\_\_.*  
 а) коробках;  
 б) фользі;  
 в) х'юмідорі;  
 г) портсигарі.
20. *Що забороняється робити членам журі в день змагань на турнірах барист?*  
 а) користуватися парфумами;  
 б) відвідувати перукарню;  
 в) чистити зуби;  
 г) усі відповіді правильні.

## **ТЕМА 11. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА МЕТОДІВ І ФОРМ ОБСЛУГОВУВАННЯ**

- 11.1. Класифікація методів і форм обслуговування.  
 11.2. Форми самообслуговування.  
 11.3. Форми обслуговування офіціантами.  
 11.4. Обслуговування зі споживанням продукції за межами закладу ресторанного господарства.  
 11.5. Способи подавання страв у міжнародній практиці.

### **11.1 Класифікація методів і форм обслуговування**

**Залежно від функцій**, які виконують підприємства ресторанного господарства, розрізняють три **види обслуговування**:

1) обслуговування зі споживанням продукції безпосередньо в закладі ресторанного господарства;

2) обслуговування з доставкою та реалізацією кулінарної продукції для споживання за місцем роботи, навчання, відпочинку, дозвілля, на транспорті;

3) обслуговування зі споживанням кулінарної продукції та напівфабрикатів удома.

При здійсненні **першого виду** обслуговування продукцію реалізують у залах підприємств ресторанного господарства.

За **другого виду** обслуговування підприємства доставляють продукцію: робітникам – до робочих місць; службовцям – в офіс; школярам – у класи; студентам і учням навчальних закладів – у холи, буфети тощо; пасажиром залізничного транспорту – до купе, водного – до каюти, авіаційного – в салон літака; у місця масового відпочинку та дозвілля.

**Третій вид** обслуговування обмежений реалізацією кулінарної продукції та напівфабрикатів для організації споживання її вдома.

При обслуговуванні безпосередньо у закладі ресторанного господарства, **класифікаційною ознакою** методу обслуговування є спосіб отримання їжі і доставки її до місця споживання. Відповідно, розрізняють такі **методи**: *самообслуговування, обслуговування офіціантами і комбіновані*. Для останніх характерне поєднання різних методів, наприклад, самообслуговування з обслуговуванням офіціантами, буфетниками-офіціантами, барменами.

**Форми самообслуговування** розрізняють за:

- *участю персоналу* (повне та часткове самообслуговування);
- *способом розрахунку* зі споживачами (з попереднім, наступним, безпосереднім розрахунком);
- *способом відпускання* продукції – через немеханізовані або механізовані роздавальні: з вільним вибором страв, скомплектованими раціонами харчування.

**При обслуговуванні офіціантами** поділ на форми здійснюється за такими ознаками:

- *участь персоналу* в обслуговуванні (повне та часткове);
- *спосіб розрахунку* зі споживачами (з попереднім і наступним розрахунком);
- *організація роботи офіціантів* (індивідуальна і бригадна форми);
- *повнота обслуговування* (обслуговування споживачів з проведенням культурно-масових заходів і без них).

Вибір найбільш раціональних форм обслуговування дозволяє якнайповніше задовольнити попит відвідувачів, поліпшити культуру



обслуговування, значно підвищити ефективність використання матеріально-технічної бази закладів ресторанного господарства, продуктивність праці персоналу.

### **11.2. Форми самообслуговування**

**Самообслуговування** є найефективнішим методом масового обслуговування. Він почав застосовуватися в громадському харчуванні на початку 60-х років ХХ ст. Важливе значення при вирішенні цього питання мала постанова ЦК КПРС і Ради Міністрів СРСР від 1 березня 1956 р. «Про заходи щодо поліпшення роботи підприємств громадського харчування», у якій підкреслювалася необхідність запровадити самообслуговування споживачів в усіх їдальнях, кафе, чайних, закусточних і буфетах. До кінця 60-х самообслуговування застосовувалося в більшості робітничих, шкільних, студентських їдалень, що підвищило продуктивність праці в галузі на 20%.

У процесі самообслуговування споживачам надається можливість самостійно брати на роздавальні холодні страви і закуски, солодкі страви і напої, кондитерські й інші вироби, столове приладдя. Гарячі страви роздавальники порціонують безпосередньо перед відпусканням.

При *повному самообслуговуванні* всі операції (взяття таці, столових наборів, одержання страв, доставка їх до обіднього столу, збір використаного посуду) споживачі виконують самостійно. Обслуговуючий персонал лише відпускає страви і напої. При *частковому самообслуговуванні* значну частину вказаних операцій виконує обслуговуючий персонал.

**Самообслуговування з попереднім розрахунком** має два види. *Перший* полягає в тому, що спочатку споживачі знайомляться з асортиментом страв у меню, купують чеки в касі, за які й одержують обрані страви на роздавальні або в буфеті. Попередній розрахунок вартості кулінарних та інших виробів дозволяє враховувати реалізовану продукцію в стравах. Однак за такої організації самообслуговування споживачі двічі стають у чергу – до каси і роздавальні.

Раціональнішим видом цієї форми самообслуговування є *харчування за абонементом і чеками*, попередньо придбаними за готівку або за безготівковим розрахунком, за допомогою кредитної картки в їдальні за місцем роботи, навчання тощо. Оплативши заздалегідь вартість харчування за абонементом, споживачі звільняються від щоденних розрахунків. Крім того, вони можуть краще планувати частину особистого бюджету, який витрачається на харчування, а підприємства – випуск кулінарних виробів в асортименті

та кількості. Крім прискорення обслуговування, відпускання обідів за абонементом дозволяє при впорядкуванні меню дотримуватися норм раціонального харчування.

Для *самообслуговування з безпосереднім розрахунком* властива одночасність процесів вибору, одержання й оплати вартості кулінарних виробів. Якщо при самообслуговуванні з попереднім і наступним розрахунком функції відпускання і розрахунку розподілені між працівниками підприємства (першу здійснюють роздавальники, другу – касир), то при безпосередньому розрахунку відпускає продукцію і здійснює розрахунок один працівник (буфетник).

Форма *самообслуговування з наступним розрахунком* має два різновиди: *самообслуговування з розрахунком наприкінці роздавальної лінії* (на будь-якій автономно діючій касі на виході з роздавальні) і *самообслуговування з розрахунком після споживання їжі*. При самообслуговуванні з розрахунком наприкінці роздавальної лінії споживачі вибирають страви на роздавальні, а потім сплачують їх вартість. При самообслуговуванні з розрахунком після споживання їжі вони одержують на роздавальні продукцію і чек (рахунок), за яким розраховуються після споживання їжі при виході із залу. При цьому в процесі самообслуговування з наступним розрахунком споживач може оглянути, порівняти і вибрати страви в асортименті відповідно до його смаків і запитів. Однак чек, на якому зазначена загальна сума, не відображає кількості й асортименту реалізованої продукції, тому не може бути використаний для обліку страв.

При використанні сучасної комп'ютерної техніки цей недолік можна виправити. Касир зчитує штрих-код певної страви, автоматично реєструючи її назву та вартість.

Використання кас із сенсорною поверхнею дозволяє автоматично фіксувати обрані страви, визначати вартість покупки, решту з урахуванням купюри, наданої касиру споживачем при розрахунку.

**Саморозрахунок** застосовується в підприємствах із постійним контингентом споживачів, які вільно вибирають страви, напої, кулінарні, кондитерські вироби і розраховуються самостійно. Про вартість виробів інформують споживачів цінніки.

### 11.3. Форми обслуговування офіціантами

Метод обслуговування офіціантами застосовується в ресторанах, кафе, барах. Залежно від кількості операцій, що виконуються офіціантом, розрізняють **повне** і **часткове обслуговування**.

При **повному обслуговуванні** всі операції (одержання продукції, доставка її в зал, подавання страв і напоїв в обнос, збирання посуду, розрахунок) здійснюють офіціанти. Повне обслуговування офіціантами забезпечує вищу культуру обслуговування і застосовується при проведенні банкетів і прийомів, а також при обслуговуванні споживачів у вечірні години. У ресторанах високого класу використовується впродовж усього робочого дня.

**Часткове обслуговування** офіціантами передбачає виконання деяких функцій споживачами, залежно від часу, місця обслуговування, характеру проведених заходів, контингенту споживачів. Це дозволяє прискорити процес обслуговування та скоротити чисельність обслуговуючого персоналу. При частковому обслуговуванні офіціанти доставляють продукцію з роздавальні в зал, ставлять страви на стіл. За столом споживачі обслуговують себе самі.

Часткове обслуговування офіціантами здійснюється також при «шведському столі» і за фуршетними столами-буфетами. При *обслуговуванні за типом «шведського столу»* на стіл заздалегідь виставляють холодні закуски, солодкі страви, кондитерські вироби. Для реалізації перших і других страв у залі ресторану встановлюють марміти з різними стравами, стопками тарілок і наборами для розкладання. Споживачам надається можливість самим обирати страви, офіціанти допомагають лише покласти закуску або гарячу страву на тарілку. При цьому розрахунок здійснюється попередньо.

За *фуршетними столами-буфетами* споживачі вибирають страви самостійно. Всі вироби порційні і мають цінники. Офіціанти стежать за поповненням столів кисломолочними продуктами, фруктами, бутербродами, напоями, кондитерськими та іншими виробами, а також здійснюють розрахунок зі споживачами.

**За способом розрахунку** метод обслуговування офіціантами має дві форми: з *попереднім* і *наступним розрахунком*. Форма обслуговування офіціантами з **попереднім розрахунком** передбачає придбання чеків на страви, що входять до складу комплексного обіду (сніданку, вечері), або розрахунки на обслуговування банкетів оплачуються попередньо (повністю або частково). При обслуговуванні офіціантами з **наступним розрахунком** вартість поданих страв і напоїв оплачується наприкінці обслуговування готівкою або картою.

**За організацією праці офіціантів** метод обслуговування поділяється на *індивідуальну* і *бригадну* форми. **Індивідуальна форма обслуговування** офіціантами має такі особливості: за кожним

офіціантом закріплюють кілька столів (місць) і він виконує всі елементи техніки обслуговування (прийом замовлення, сервірування стола, подавання страв і напоїв, розрахунок зі споживачами, збирання посуду). При цьому споживачі й офіціант встановлюють особистий контакт. Однак послідовне виконання всіх операцій невеликими партіями знижує використання засобів малої механізації, призводить до зростання витрат часу.

Раціональніша **бригадна форма обслуговування**. До складу бригади входять офіціанти різної кваліфікації (4-8 осіб). Робота будується за принципом поділу (спеціалізації) і кооперації праці офіціантів, що сприяє розширенню функцій, дозволяє скоротити кількість переходів і застосовувати засоби механізації для доставки посуду і готової продукції.

При бригадній формі забезпечується швидше обслуговування споживачів, упорядковується робота на роздавальні, оскільки замовлення на гарячі та холодні страви, закуски і буфетну продукцію надходять від меншої кількості офіціантів. Менш досвідчені офіціанти й учні, працюючи в бригаді з кваліфікованими працівниками, одержують необхідні знання та навички, підвищують свою кваліфікацію.

Вибір форми обслуговування залежить також від **мети відвідування** ресторану, як-от:

- з метою задоволення потреби в харчуванні;
- для задоволення потреби в харчуванні та відпочинку.

У **першому випадку** обслуговування споживачів офіціантами має дві форми: *обслуговування комплексними сніданками, обідами і вечерьми з попереднім накриттям столів та обслуговування індивідуальних замовлень*.

При **обслуговуванні комплексними сніданками, обідами (бізнес-ланчами) і вечерьми** столи сервірують до приходу споживачів, виставлять холодні страви і закуски, хліб та інші вироби. Гарячі страви подають під час обіду (сніданку, вечері). Для прискорення обслуговування, вдень в аванзалі або вестибюлі ресторану вивішують план залу із зазначенням місць реалізації різних варіантів обідів.

При **обслуговуванні за індивідуальним замовленням** офіціанти заздалегідь сервірують столи лише столовим посудом і наборами. Замовлені страви вони подають послідовно у процесі обслуговування, а розрахунок роблять наприкінці.

Обслуговування офіціантами споживачів, які відвідали заклад з **метою харчування і відпочинку**, також має два різновиди: *обслуговування за індивідуальними замовленнями у закладах з*

музичною програмою та *обслуговування банкетів*, тематичних обідів, балів, вечорів, презентацій тощо.

**Обслуговування споживачів за індивідуальними замовленнями** починається з моменту їх приходу в заклад так, як описано вище.

При **банкетному обслуговуванні** вечорів, балів, презентацій, ділових зустрічей тощо замовлення приймають заздалегідь, торгові приміщення святково оформляють, застосовують повне сервірування столу, підбирають банкетні страви і напої. При цьому особливу увагу приділяють техніці обслуговування й організації відпочинку.

В ресторанах і барах, у яких застосовується метод обслуговування офіціантами, крім основних послуг, можуть надаватися додаткові.

#### **11.4. Обслуговування зі споживанням продукції за межами закладу ресторанного господарства**

Обслуговування з доставкою і реалізацією кулінарної продукції для споживання за місцем роботи, навчання, відпочинку організуються там, де стаціонарні заклади ресторанного господарства не можуть бути створені, ще не відкриті або умови праці такі, що їжу необхідно доставляти до місця роботи тощо.

**За способом доставки продукції** до місця споживання в цьому виді обслуговування розрізняють два методи: *самообслуговування* й *кейтерингове обслуговування*.

**Самообслуговування** має дві форми: *повне* і *часткове*. *Повне самообслуговування* застосовується у випадках, коли робітники перебувають у важкодоступних районах і самі доставляють їжу до робочих місць у термосах. *Часткове самообслуговування* – в пересувних буфетах, їдальнях, які доставляються до робочих місць за допомогою акумуляторних тягачів та іншими засобами.

**Кейтерингове обслуговування** передбачає доставку готової продукції до місця споживання в лотках, контейнерах та ін. ємностях. Кейтерингове обслуговування є альтернативою організації заходу в ресторані, якщо подібна акція має масштабний характер і проведення її проблематичне через недостатню кількість місць.

При обслуговуванні споживачів за місцем роботи, пасажирів на транспорті тощо практикують попереднє замовлення, відповідно до якого на робочі місця працівників, у купе, в каюти пасажирів доставляють здебільшого комплексні обіди (сніданки, вечері).

Потреба в організації обслуговування значного за кількістю зібрання гостей – учасників презентацій, ювілеїв, семінарів та ін. –

супроводжується розвитком нових видів послуг, які надаються ресторанами поза межами свого підприємства в спеціально орендованих приміщеннях чи на лоні природи. Їх надають як заклади ресторанного господарства різних типів (частіше ресторани), так і спеціалізовані підприємства, де ця послуга основна.

Кейтерингове обслуговування споживачів на вітчизняному ринку ресторанного господарства почало бурхливо розвиватися в 90-х роках ХХ ст. Кейтеринг (від англ. «*cater*», що означає «постачати провізію», «обслуговувати споживачів») полягає в тому, що ресторан (кейтерингова компанія) забезпечує замовнику приготування і доставку готової продукції ресторанного господарства в зазначене місце (додому, в офіс, на робоче місце, до місця відпочинку тощо), а також ресторанне обслуговування святкового заходу з наданням різних сервісних послуг.

Кейтерингове обслуговування можна класифікувати **за різними ознаками**: контингентом замовників, місцем проведення заходу, повнотою циклу або характером наданих послуг.

**За контингентом замовників** кейтерингове обслуговування розраховане на чотири основні групи споживачів:

- *корпоративні замовники* – компанії, які організують презентації, конференції, корпоративні свята і вечірки з наступним фуршетом;
- *громадські організації*, які проводять семінари, конференції, благодійні заходи тощо;
- *приватні особи*, що влаштовують сімейні свята (дні народження, весілля, ювілеї та ін.) у себе вдома або в іншому місці;
- *певні колективи*, які вважають за необхідне організувати для своїх працівників комплексні обіди (сніданки, вечери).

Надання подібної послуги першим трьом групам допомагає замовнику організувати свято на високому рівні, приємно вразити гостей, не витрачаючи часу та сил на його підготовку та проведення. Такий вид сервісу дозволяє клієнтам заощадити кошти, порівняно з аналогічним обслуговуванням у ресторані.

**За місцем проведення** заходу кейтерингове обслуговування поділяється на таке, що проводиться:

- *в приміщенні* – офісі, вдома, будинку культури, на території виставкового центру, бізнес-центру, планетарію, музею тощо;
- *на лоні природи* – на лісовій галявині, в береговій зоні тощо;
- *на транспорті* – на прогулянкових катерах, теплоходах, авіа- та

автомобільному транспорту;

- при проведенні масових заходів (спортивних, фестивалів, гулянь тощо) *на відповідній території* (спортивних комплексів, центральної частини міста, парків тощо).

Найчастіше замовник сам обирає місце проведення заходу, але якщо остаточний вибір ще не зроблено, то ресторан (кейтерингова компанія) може запропонувати йому різноманітні варіанти.

**За повнотою наданих послуг** кейтерингове обслуговування поділяється на:

- *кейтерингове обслуговування готовими продуктами харчування* – вид виїзного обслуговування, при якому ресторан (кейтерингова компанія) бере на себе зобов'язання з виготовлення та доставки страв, але не бере участі в обслуговуванні безпосередньо на місці. Найчастіше використовується закладами ресторанного господарства, які реалізують піцу, скомплектовані раціони харчування для доставки на робочі місця, додому тощо;

- *повносервісне кейтерингове обслуговування* – це вид виїзного обслуговування, при якому ресторан (кейтерингова компанія) повністю зобов'язується організувати свято: розробити сценарій його проведення, скласти меню, приготувати страви та напої, доставити їх на місце призначення, обслуговувати споживачів на рівні ресторанного сервісу, організувати прибирання на місці проведення банкету.

### 11.5. Способи подавання страв у міжнародній практиці

Способи подавання страв виникли в процесі еволюції ресторанів, як технічні засоби створення комфорту для гостя.

В ресторанах категорії «люкс» та «вища» застосовують способи подавання, які виключають самообслуговування з боку гостя, а саме, **французький** (*повне та неповне обнесення*) та **англійський** (з приставним столиком). Вони вимагають від офіціантів певних якостей: фізичної витривалості, організованості, краси рухів, чіткості в роботі, доброї пам'яті та швидкої реакції. Це досягається належною професійною підготовкою та наполегливою роботою над собою.

При **французькому способі** подавання страви на стіл не ставляться, їх можна подавати двома прийомами:

- 1) з *повним обнесенням* — офіціант порціонує страву, перекладаючи її в тарілку гостя роздатковим приладдям (столова ложка та виделка);

- 2) з *неповним обнесенням* — офіціант пропонує гостеві перекласти собі з тарелі страву роздатковим приладдям. При подаванні страв цим

способом кухня відпускає страви тільки в багатопорційному посуді (тарелях, салатницях тощо).

*Подавання з повним обнесенням одним офіціантом.* На ліву руку офіціант кладе чисту серветку, щоб захистити рукав сорочки або руку від опіку гарячим тарелем. Стає зліва від гостя, трохи нахилившись до нього. Правою рукою бере роздаткове приладдя і, починаючи з основного продукту, перекладає страву в тарілку гостя. Розкладаючи страву, офіціант не повинен торкатися тарелем тарілки гостя.

*Подавання з обнесенням двома офіціантами.* Якщо м'ясо або риба на одній тарелі, а гарнір подається на іншій, то перший офіціант розкладає на тарілки гостей основний продукт, а другий пропонує гарнір. Офіціант починає подавати гарнір тоді, коли перший подає третьому гостеві основний продукт, щоб не затиснути одного з гостей.

*Подавання з обнесенням трьома офіціантами.* Якщо м'ясо або риба на одній тарелі, гарнір подається на іншій і ще передбачений до них соус, то кожну страву може подати окремий офіціант, дотримуючись попередніх правил. Подавання двома або трьома офіціантами значно прискорює подавання страв і забезпечує високу культуру обслуговування. Особливо це важливо під час обслуговування прийомів, де обмежений час.

Для подавання страв **англійським способом** потрібні приставні столики шириною не менше 50 см і довжиною від 70 см до ширини стола. Цей спосіб подавання передбачає порціонування, доготовування та приготування страв і коктейлів у присутності гостя. Холодні закуски офіціант порціонує в закусочні тарілки гостей, перші страви розливає із супниці в глибокі тарілки, другі страви порціонує та гарнірує в столові мілкі тарілки, торти розрізає на порції і подає кожному гостеві на десертній тарілці тощо. Всі страви кухня відпускає в багатопорційному посуді, гарно прикрашаючи їх. Офіціант, перш ніж почати порціонування, повинен показати всім гостям, і насамперед, замовнику, готову страву.

Іноді на приставні столики ставлять марміти, спиртівки та інші нагрівальні прилади, на яких готують або доготовляють страви в присутності гостя. Це створює атмосферу затишку й домашньої гостинності, збуджує апетит і надає застілля урочистості та святковості. Сьогодні існує спеціальне обладнання, яке дозволило удосконалити та покращити подавання страв англійським способом у ресторанах: візок-марміт з електропідігрівом для зберігання перших, других страв, гарнірів та соусів; вітрина-холодильник для подавання солодких страв,



кондитерських виробів та холодних закусок; пересувний візок-електроплитка для смаження тощо.

При **російському** способі подавання (хоча його можна назвати і українським, і грузинським тощо) всі страви й напої ставляться на стіл, офіціант участі в перекладанні та наливанні не бере. При повсякденному обслуговуванні страви подають у тарілці кожному гостеві.

#### **Комбіновані способи подавання:**

- *російсько-французький спосіб подавання* характеризується тим, що холодні закуски подають на стіл з роздатковим приладдям. Страви гості перекладають самі. Гарячі закуски та другі страви можуть подаватися з повним або неповним обнесенням. Алкогольні та безалкогольні напої ставлять на столи відкритими і гості наливають їх за потреби. Зробити це можуть і офіціанти (якщо встигають). Таку комбінацію способів застосовують тоді, коли тема банкету та поважний ранг гостей вимагають високого рівня обслуговування, але для цього немає відповідної кількості обслуговуючого персоналу;

- *англо-французький спосіб подавання* передбачає, що холодні закуски заздалегідь виставляються на приставному столику, але не порціонуються в закусочні тарілки, а подаються з тарелів повним або неповним обнесенням. Це робиться тоді, коли банкет відбувається за різними столами для економії часу на подавання страв. Так можна робити і у вечірній час в ресторані вищої категорії або категорії «люкс».

#### **Запитання та завдання для самоперевірки**

1. Назвіть і дайте характеристику видів обслуговування залежно від функцій, які виконують підприємства ресторанного господарства.

2. Назвіть ознаки, за якими виділяють форми самообслуговування, та охарактеризуйте останні.

3. Які ознаки беруться до уваги при поділі на форми за обслуговуванням офіціантами?

4. Дайте детальну характеристику форм самообслуговування.

5. Охарактеризуйте повне і часткове обслуговування офіціантами в закладах ресторанного господарства.

6. Розкрийте особливості методу обслуговування офіціантами залежно від способу розрахунку.

7. Охарактеризуйте методи обслуговування офіціантами за організацією їхньої праці.

8. Розкрийте особливості форм обслуговування офіціантами залежно від мети відвідування споживачами ресторану.

9. Охарактеризуйте методи обслуговування за межами закладу ресторанного господарства за способом доставки продукції.

10. Назвіть групи, на які поділяється кейтерингове обслуговування залежно від контингенту замовників.

11. Як поділяється кейтерингове обслуговування за місцем проведення заходу?

12. Охарактеризуйте кейтерингове обслуговування залежно від повноти наданих послуг.

13. Назвіть способи подавання страв, які застосовуються в міжнародній практиці.

14. Охарактеризуйте французький спосіб подавання страв.

15. Розкрийте особливості англійського способу подавання страв.

### **Тести для самоконтролю**

1. Які види обслуговування розрізняють на підприємствах ресторанного господарства?

а) обслуговування зі споживанням продукції безпосередньо в підприємстві ресторанного господарства;

б) обслуговування з доставкою та реалізацією кулінарної продукції для споживання за місцем роботи, навчання, відпочинку, дозвілля, на транспорті;

в) обслуговування зі споживанням кулінарної продукції і напівфабрикатів удома;

г) усі відповіді правильні.

2. За способом отримання їжі і доставки її до місця споживання у ресторанах розрізняють:

а) самообслуговування, обслуговування офіціантами і комбіноване обслуговування;

б) самообслуговування з попереднім і наступним розрахунком;

в) обслуговування офіціантами чи буфетниками, кейтеринг;

г) самообслуговування, повне і часткове обслуговування офіціантами, виїзне обслуговування.

3\*. *Форми самообслуговування розрізняють за такими ознаками:*

а) за участю персоналу в обслуговуванні;

б) за способом розрахунку зі споживачами;

в) за способом відпускання продукції;

г) за організацією роботи офіціантів;

д) за способом доставки продукції.

4. За участю персоналу в обслуговуванні споживачів розрізняють \_\_\_\_\_.

а) безпосереднє та опосередковане обслуговування;

б) повне і часткове обслуговування;

в) з попереднім і наступним розрахунком;

г) індивідуальне і бригадне обслуговування.

5. За способом розрахунку зі споживачами при обслуговуванні офіціантами розрізняють \_\_\_\_\_.

а) повний і частковий розрахунок;

б) попередній і наступний розрахунок;

в) безпосередній та індивідуальний розрахунок;

г) готівковий і безготівковий розрахунок.

6. При якому виді самообслуговування споживачі обирають страви на роздавальні, а потім сплачують їх вартість?

- а) при самообслуговуванні з розрахунком наприкінці роздавальної лінії;
- б) при самообслуговуванні з попереднім розрахунком;
- в) при самообслуговуванні з розрахунком після споживання їжі;
- г) при саморозрахунку.

7. Який вид обслуговування застосовується на підприємствах із постійним контингентом споживачів, які вільно вибирають страви, напої, кулінарні й кондитерські вироби і розраховуються самостійно?

- а) саморозрахунок;
- б) самообслуговування з попереднім розрахунком;
- в) самообслуговування з наступним розрахунком.

8. Залежно від кількості операцій, що виконуються офіціантом, розрізняють...

- а) повне і неповне обслуговування;
- б) повне і часткове обслуговування;
- в) пряме й опосередковане обслуговування;
- г) спеціалізоване і комбіноване обслуговування.

9. При якому виді обслуговування всі операції здійснюють офіціанти?

- а) при повному;
- б) при частковому;
- в) при комплексному;
- г) при комбінованому.

10. При якому виді обслуговування офіціанти доставляють продукцію з роздавальні в зал, ставлять страви на стіл, а за столом споживачі обслуговують себе самі?

- а) при повному;
- б) при частковому;
- в) при самообслуговуванні;
- г) при комбінованому.

11. Функція офіціантів при обслуговуванні за типом «шведського столу» полягає у:

- а) попередньому сервіруванню столів;
- б) подаванні чергових страв і напоїв;
- в) наданні допомоги при перекладанні закуски чи гарячої страви на тарілку споживача;
- г) прибиранні використаного посуду зі столів.

12. За організацією праці офіціантів метод обслуговування поділяють на:

- а) індивідуальну і бригадну форму;
- б) групову та змішану форму;
- в) індивідуальну і комбіновану форму;
- г) щоденну та позмінну форму.

13\*. Обслуговування споживачів офіціантами з метою задоволення потреби в харчуванні має такі форми:

- а) обслуговування комплексними сніданками, обідами і вечереями з попереднім накріттям столів;
- б) банкетне обслуговування;
- в) обслуговування індивідуальних замовлень;
- г) обслуговування із забезпеченням музичної програми.

14. На які основні групи споживачів розраховане кейтерингове обслуговування за контингентом замовників?

- а) різноманітні компанії (корпорації);
- б) громадські організації;
- в) приватні особи;
- г) певні колективи;
- д) усі відповіді правильні.

15. Вид візного обслуговування, при якому ресторан (кейтерингова компанія) бере на себе зобов'язання з виготовлення та доставки страв, але не бере участі в обслуговуванні безпосередньо на місці, – це \_\_\_\_\_.

- а) кейтерингове обслуговування готовими продуктами харчування;
- б) повносервісне кейтерингове обслуговування;
- в) неповносервісне кейтерингове обслуговування;
- г) часткове кейтерингове обслуговування.

16\*. Які комбіновані способи подавання страв використовуються у висококласних ресторанах?

- а) російсько-французький;
- б) англо-французький;
- в) російсько-англійський.

17. При якому прийомі подавання страв офіціант пропонує гостеві самостійно перекласти собі страву роздатковим приладдям?

- а) при повному обнесенні;
- б) при неповному обнесенні;
- в) при комбінованому обнесенні.

18. Які повинні бути ширина і довжина приставного столика при подаванні страв англійським способом?

- а) ширина – 50 см і довжина – 70 см;
- б) ширина – 40 см і довжина – 60 см;
- в) ширина – 30 см і довжина – 50 см;
- г) ширина – 50 см і довжина – 50 см.

19. Який спосіб подавання передбачає порціонування, доготування та приготування страв і коктейлів у присутності гостя?

- а) російський;
- б) англійський;
- в) французький;
- г) американський.

20. При якому прийомі французького способу подавання офіціант порціонує страву, перекладаючи її в тарілку гостя роздатковим приладдям?

- а) при повному обнесенні;
- б) при неповному обнесенні;
- в) при частковому обнесенні.

## **ТЕМА 12. ОРГАНІЗАЦІЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ ВІДВІДУВАЧІВ У РЕСТОРАНАХ**

- 12.1. З історії формування культури сервірування столів.
- 12.2. Підготовка ресторанного залу до обслуговування.
- 12.3. Зустріч відвідувачів.
- 12.4. Прийом і виконання замовлення.
- 12.5. Особливості подавання ресторанної продукції.
  - 12.5.1. Подавання буфетної продукції.
  - 12.5.2. Подача холодних страв і закусок.
  - 12.5.3. Подавання гарячих закусок.
  - 12.5.4. Особливості подавання супів.
  - 12.5.5. Подавання других страв.
  - 12.5.6. Подавання солодких страв.
  - 12.5.7. Подавання напоїв.
- 12.6. Особливості проведення розрахунків із клієнтами.

### **12.1. З історії формування культури сервірування столів**

Ритуал сервірування формувався поступово та змінювався кожної епохи. У **VI ст.** вперше з'явилися свічки, зроблені з бджолиного воску або сала. У **VIII ст.** в багатьох королівських палацах ще не було ані скатертин, ані тарілок. Страви накладали в заглиблення у столах. Як правило, їли та пили, не знаючи міри, тож застілля нерідко закінчувалися загальним смітником.

**Карл Великий** (744-814 рр.) відродив традиції греків і римлян, перетворивши застілля на особливий ритуал: трапезу супроводжувала музика або декламація, за столом прислужували стільник і кравчий. Свята Карла Великого були пишними й вишуканими. Зал прикрашали килимами, їжу подавали на золотих тацях. М'ясо їли за допомогою маленьких ножів, оскільки ложок було мало. Про розваги гостей піклувалися численні співаки, блазні і танцівниці. Після свята, прощаючись з гостями, Карл роздавав їм багаті подарунки.

З **XI ст.** у трапезі вже брали участь жінки, поведінка гостей відразу стала цивілізованішою. За столом сиділи парами та користувалися одним кубком і тарелем на двох. Стіл прикрашала скатертина, якою, однак, можна було витирати руки. Особливі правила вчили поведінки за столом: рекомендували не витирати жирні пальці до святкового одягу, їсти й пити не поспішаючи. Важливою ознакою столу була розкішно прикрашена сільничка. Вона завжди була закрита, її охороняли, оскільки всі боялися отруєння: існувала думка, що знайти в солі отруту неможливо. Кульмінацією святкового застілля був смажений павич, лебідь або фазан, якого вносили, прикрасивши пір'ям.

Культура застілля відігравала дедалі більшу роль. Правила гарного тону забороняли розмовляти з повним ротом і вихоплювати в сусіда з-під носа кращій шматок. Дами повинні були добре поїсти заздалегідь, щоб на банкеті пропонувати лицарям кращі шматки м'яса. Чітко дотримувалися порядку розсаджування гостей: на куті широкого столу сидів господар, за особливими столами – його родина та почесні гості. Інші ж сиділи на простих лавах уздовж стін.

**У XIII ст.** вино та хліб були на кожному столі, а каша, горох, яйця і боби – основні продукти харчування. М'ясо вважалося привілеєм багатих. Однак здебільшого вони їли не краще, а частіше. У князівських колах миття рук перетворилося в ритуал. Популярними стали плюшеві скатертини, складені вдвое та посипані квітами. Посуд на столах також прикрашали вінками з квітів. Але кількість ножів і ложок була обмеженою. Пажі вносили страви на срібних і олов'яних підносах, і підходили спочатку до того, хто різав печеню, а потім – до гостей. Ті брали страви аристократично – трьома пальцями – і клали на круглі шматки хліба, які використовували як тарілки. Багатії хизувалися приборами, розклавши їх на столах. Прості люди ж задовольнялися посудом із дерева, глини або товстого, так званого «лісового» скла.

**У XIV-XV ст.** починається розквіт бюргерства. У помешканнях багатих торговців з'явилися ножі, ложки, сільнички, посуд для напоїв. Дедалі більше використовувалися тарілки з олова й дерева. Але на урочистості, як і раніше, кожен гість приносив із собою ножі та ложки, оскільки у господарів зазвичай їх було небагато і вистачало тільки для близьких родичів. Правила поведінки за столом ставали витонченішими.

**У XVI ст.** в Європі звичним стало використання ножів і ложок. Тільки виделка приживалася повільно, її запозичили у венеціанців, які користувалися нею, коли їли фрукти, щоб сік не зафарбовував пальці. У Франції довго користувалися «п'ятипалою виделкою». Перешкоджало поширенню нових звичаїв духівництво, яке наполягало на збереженні традицій часів Ісуса Христа. Але культура застілля збагачувалася, скатертини й серветки стали звичними предметами сервірування. З'явилися спеціальні тарелі для печені, супниці і тарілки з олова та срібла, інколи з порцеляни, яку привозили з Китаю.

**XVII ст.** – початок формування сучасного вигляду столових приборів (ножів, ложок). Виделка стала загальнопоширеною і мала форму, як і нині, – з трьома або чотирма ледве зігнутими зубцями. Ложку робили плоскою, а ніж – із заокругленим кінцем. Гості вже не приносили все це зі собою, оскільки в кожному помешканні вистачало ножів і виделок.

У **1695 р.** у Франції винайшли керамічну порцеляну, яка, однак, не набула поширення, оскільки була м'якою (без каоліну) і тендітною. У Богемії розвивалися скляні мануфактури, що виробляли особливо міцне скло, близьке за характеристиками до кришталю. Наприкінці XVII ст. англійці переконалися, що скло набуває особливого блиску, якщо до нього додати свинець.

**XVIII ст.** у Європі – епоха вирішального винаходу – «нового» *відкриття порцеляни*. Починаючи з XIII ст., багато «білого золота» імпортували з Китаю. Порцеляна була предметом престижу князівських дворів. У 1710 р. в Мейсені виникла порцелянова мануфактура, що, проте, не змогла довго утримати монополію. На мануфактурах, які виникли невдовзі, починаючи з 30-х років XVIII ст., робили великі порцелянові сервізи, виконані в єдиному стилі. Вперше з'явилася можливість сервірувати стіл однаковим посудом.

Було уніфіковане й *приладдя для столу*, його промислове виробництво розпочалося в Англії в **1781 році**. Чай, кава, шоколад ставали надзвичайно популярними, з'явився і спеціальний посуд для них, а згодом – різноманітні його форми.

Франція вважалася класичною країною смачної кухні. Тривалий час «Фізіологія смаку», написана Ансельмом Брілла-Савареном у 1825 р., була нормативним підручником.

На цьому ґрунті у **XIX – на початку XX ст.** вдосконалювали культуру застіль. Святковий обід став коротшим, модними – застільні промови (тости). Сервіз складався тепер із безлічі предметів, призначених для окремих страв; для столових приборів винайшли нові метали та сплави (нікель, нейзильбер, мельхіор тощо). Особливе значення мали мистецьки складені серветки, що доповнювали сервірування столу. Суттєво змінилося й освітлення: у 1855 р. з'явилося газове освітлення, а в Америці з 1860 р. – газові лампи. Досить повільно поширювалися лампи розжарювання.

**XX ст.** вирізнялося раціоналізацією часу та праці. Наслідки цього позначилися і на культурі їжі. Після Другої світової війни в цій галузі, як і в багатьох інших, почалася американізація. Всюди з'являлися обладнані для «швидкої їжі» ресторани самообслуговування. Однак нині знову більше уваги звертають на те, щоб красиво накрити стіл і скласти добре меню. «Швидка їжа» по-американськи чи культурне застілья – вибір за споживачами.

## 12.2. Підготовка ресторанного залу до обслуговування

Важливою частиною роботи ресторанних менеджерів (метрдетелів) є **організація підготовки торгового залу** ресторану до обслуговування, яка складається з:

- прибирання приміщень,
- розстановки меблів,
- отримання й підготовки до використання столової білизни, посуду, приладдя,
- попереднього сервірування столів.

У ресторані повинна бути достатня кількість столової білизни: скатертин, серветок, ручників, рушників. Практика показала, що пересічно за робочий день на кожний обідній стіл достатньо передбачити *2 скатертини*, а на кожне місце – *4-5 серветок*.

Важливим елементом у роботі офіціанта є **ручник**, який завжди повинен бути чистим і свіжим, при забрудненні його замінюють. Середня витрата ручників за повний робочий день на одного офіціанта – *4-6 шт.*

Купуючи столову білизну, потрібно враховувати розміри кришок обідніх столів. Стіл із квадратною або круглою кришкою гарно виглядає, якщо скатертину опускається з усіх боків кришки столу *не менше ніж на 25 см і не нижче за сидіння стільця*. Коротка скатертину неприваблива, а довга незручна для сидіння за столом. Окрім звичних скатертин, у ресторані повинні бути *банкетні скатертини*. Їх кількість залежить від частоти обслуговування банкетів, прийомів і інших масових заходів, а розміри – від площі торгових і банкетних залів, де вони проводяться.

При підготовці залу до обслуговування, крім скатертин для обідніх і банкетних столів, офіціант одержує певну кількість скатертин про запас для заміни під час роботи, а також для покриття підсобних і службових столів, а можливо, і сервантів. Чисту столову білизну зберігають в сервантах. Крім того, потрібну кількість скатертин, серветок, ручників одержує сервізна, де в процесі роботи їх видають офіціантам в обмін на використані.

Тоді як одна група офіціантів розставляє столи і накриває їх скатертинами, інша – *отримує з сервізної посуд і приладдя* в потрібному асортименті і кількості, наповнює сільниці, перечниці і гірчичниці, укладає в підставки паперові серветки (якщо їх використовують при обслуговуванні), змінює квіти і воду у вазах.

*Порцеляновий посуд* (тарілки) із сервізної доставляють в зал на серванти або підсобні столи в руках стопками. *Скляний посуд* (фужери,



чарки, келихи) та приладдя переносять на підносах. При великій віддаленості сервізної від залу для легшої і швидшої доставки рекомендується використовувати візки.

Весь посуд і приладдя, принесені в зал, ретельно перевіряють. Для усунення слідів висохлих крапель води і пальців рук посуд і приладдя з усіх боків протирають чистим сухим рушником до бездоганної чистоти. Погано вимиті посуд і приладдя з тріщинами, надщербленням, задирками, порушеною формою та іншими дефектами повертають у сервізну і посудомийну. Перевірені й протерті тарілки складають стопками (по 15-20 шт.). *Якщо на тарілках є емблема, їх кладуть так, щоб вона була повернута в один бік.* Протерті фужери, чарки, келихи ставлять окремо на вкриті серветкою підноси, візки або столи в такому порядку, який спростить і прискорить роботу офіціанта при сервіруванні столів.

Столове приладдя готують дуже уважно: кожен предмет (ніж, виделку, ложку) переглядають, чи в ньому немає дефектів, наприклад задирок, корозії, деформації. Перевіряють щільність з'єднання леза ножа з ручкою і особливу увагу звертають на чистоту між ріжками у виделок. Приладдя, як і посуд, протирають рушником, після чого окремо за видами складають на піднос, візок або підсобний стіл.

Такий порядок допомагає в подальшій роботі і сприяє виробленню у офіціантів дбайливого, а отже, професійного, ставлення до предметів сервірування. Все це сприяє дотриманню високого рівня обслуговування та зміцненню позитивного іміджу ресторану.

Окрім предметів індивідуального користування (тарілок, приборів, фужерів, чарок і т.д.), на кожен стіл при його попередньому сервіруванні ставлять наповнені сільницю, перечницю, гірчичницю тощо, а також вазу з живими квітами, а при обслуговуванні за черговим меню – підставку з паперовими серветками.

На кожному обідньому столі бажана *ваза зі свіжими квітами*. Вони довше зберігають свою свіжість, якщо щоденно міняти воду. Висота композиції не повинна перевищувати 30 см. Такі квіткові прикраси гарно виглядають з усіх боків. Оскільки на квіти дивляться сидячи, то і *складати їх потрібно сидячи*. Це створює найкращий огляд для правильної композиції окремих квітів в букетах.

До часу відкриття ресторану і впродовж усього робочого дня в залі повинна бути достатня кількість примірників **меню** в папках. У них перераховується вся продукція кухні, призначена для продажу на цей день. Страви, включені до меню, повинні продаватися впродовж

усього робочого дня ресторану.

Попереднє сервірування столів створює в залі святкову атмосферу, демонструє відвідувачам привітність працівників і сприяє швидшому обслуговуванню. *Кожному предметові сервіровки призначене своє певне місце на столі.* Для швидшої і зручної роботи офіціантові рекомендується сервірувати столи в такій **послідовності**:

- розставити тарілки;
- розкласти приладдя;
- розмістити фужери, келихи і чарки;
- скрутити і розкласти серветки;
- розставити вази з квітами, інші прикраси, попільниці, спеції;
- покласти меню і картки.

Чим ретельніше накритий стіл, тим красивішим буде загальний вигляд приміщення. Розглянемо **правила і порядок сервірування** стола докладніше:

- починають з установки столів, за можливості – паралельно до вікна, тобто перпендикулярно до світла, що падає. Столи перевіряють на стійкість і, за потреби, під ніжки підкладають шматочки картону або лінолеуму (ще краще приклеїти шматки повсті). Стільці відсовують убік, щоб не заважали роботі;

- спочатку на стіл укладають *мольтон*, який відповідає розмірам кришки столу і зав'язується під стільницею на кожній ніжці. Зверху стелять скатертину так, щоб її кінці звисали з усіх чотирьох боків однаково;

- коли скатертина розстелена, розставляють стільці один напроти одного (через стіл) так, щоб кожному гостеві було достатньо місця;

- центр столового приладдя позначається підставною тарілкою (підтарільником) або складеною серветкою;

- при розкладанні тарілок на ліву руку кладуть складену серветку (або ручник), на яку ставлять купку тарілок. Тарілки при розкладанні тримають за край. *Тарілка ставиться на 1-2 см від краю столу.* Якщо на ній є *вінєтка* (емблема ресторану), то вона повинна бути *вгорі*. Тарілки розкладають, витримуючи як вертикаль, так і горизонталь. Відстань між центрами сусідніх тарілок повинна становити *70-80 см*;

- натерті до блиску прилади укладають, тримаючи за вузьку ділянку ручки, в такому порядку: **ножі** (*лезом до тарілки*) **справа** від тарілки, розміщуючи їх у напрямку зліва направо (столовий, рибний, закусочний), **виделки** (*зубцями вгору*) **зліва** від тарілки справа наліво (столовий, рибний, закусочний); **десертне приладдя** (*над тарілкою*),

ложки. Використовується приладдя в зворотному порядку. Відстань між ножем і виделкою вибирається так, щоб можна було поставити тарілку, якщо немає підставної. Ніж із виделкою утворюють по краях ручок одну лінію. Приладдя кладуть так, щоб вони не торкалися одне одного;

- *десертне приладдя* ставиться за підставною тарілкою, причому спочатку виделка ручкою вліво, а ніж або ложка ручкою управо;

- услід за закусконою тарілкою з лівого боку від основного приладу ставлять хлібну (пиріжкову) тарілочку з ножем для масла. Хлібна тарілка і підтарільник повинні розташовуватися на одній лінії з приладдям – їхній нижній край і кінчики ручок приладдя утворюють одну лінію або середні точки обох тарілок лежать на одній уявній лінії. Ніж для масла або десертний ніж кладуть праворуч від тарілки лезом вліво;

- стіл сервірують максимум на **три комплекти приладдя** (четвертий комплект може бути покладений на закусконую тарілку під серветку).

Останніми розставляють склянки, чарки і келихи, тримаючи чарки і келихи за ніжку, а склянки – за нижній край. Склянка або фужер, що ставляться першими, називаються **основними**. Зазвичай це *фужер для води*, ставиться він приблизно на 1 см вище від кінчика ножа головного приладдя. Потім розставляють решту чарок. Існують **3 способи** їхньої розстановки: у довжину, півколом і блоком, але при будь-якому з них дотримуються **правила**: *низькі чарки ставляться перед високими (принцип «органних труб»)*, що полегшує наливання напоїв.

Якщо серветки не подані відразу (під головний прибор), то вони розкладаються після того, як розставлені чарки і келихи. Є багато варіантів їхньої розкладки, але завжди це повинно бути зручно для гостей. В ресторані зазвичай серветки укладають між приборами на скатертину або на основну тарілку. Якщо основна тарілка зайнята, наприклад, попередньою подачею закуски, то серветку можна покласти на хлібну тарілку. При сніданках із шампанським серветки можна вкласти в фужери для шампанського чи келих для води. Наприкінці на столі розміщують різні прикраси і спеції. Дуже часто це зручніше зробити на початку сервірування, особливо за наявності важких свічників і громіздких квіткових композицій.

На рис. 12.1. наведено найскладніше на сьогодні сервірування столу на одну персону. Це так зване **банкетне сервірування**.

Таке сервірування дозволяє офіціантам проводити на банкеті **5-6 змін страв** без додаткового сервірування столу. Крім того, воно демонструє все наявне в ресторані основне столове приладдя і найкрасивіші келихи.

Існують також інші види сервірування столу. Найпростіший – це **мінімальне сервірування**, яке складається з *трьох предметів*, що обов'язкові для будь-якої іншої ресторанної сервіровки: піріжкова тарілка, полотняна серветка, келих для води.

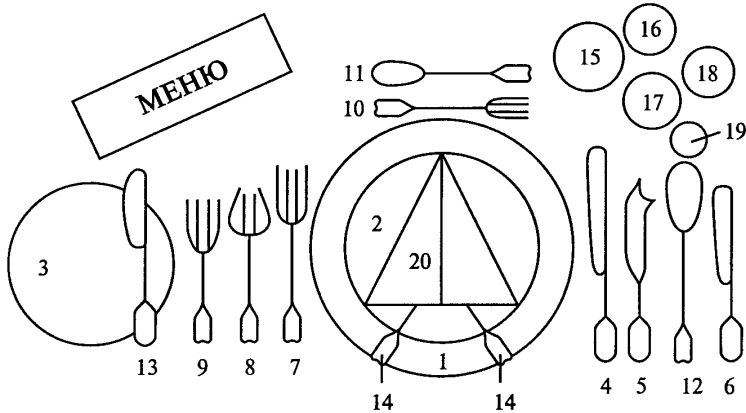


Рис. 12.1. Банкетне сервірування на одну персонау:

1 – підтарільник або декоративний піднос, 2 – закусточна або основна тарілка, 3 – піріжкова тарілка, 4 – столовий ніж, 5 – рибний ніж, 6 – закусточний ніж, 7 – столова виделка, 8 – рибна виделка, 9 – закусточна виделка, 10 – десертна виделка, 11 – десертна ложка, 12 – столова або бульйонна ложка, 13 – ніж для масла, 14 – додаткова закусточна пара, 15 – келих для води, 16 – фужер для шампанського, 17 – келих для червоного вина або лафітна чарка, 18 – келих для білого вина або рейнвейна чарка, 19 – горілчана чарка, 20 – полотняна гостьова серветка

**Сервірування столу до сніданку** залежить від його меню, яке, в свою чергу, визначається традиціями національної кухні. Але в більшості готелів поширений *європейський сніданок*, який складається з холодних закусок (масло, асорті з ковбас), гарячої яєчної страви або каші (пластівці, мюслі), кави або чаю, соку, джему, варення або меду, тостів, ватрушок або круасанів. При попередній сервіровці сніданку актуальна наявність чайної або кавової чашки, оскільки багато гостей вважають за краще снідати дуже швидко.

**Сервірування столу для обіду**, або ленчу, як говорять в багатьох країнах, також залежить від традицій національного харчування. Наприклад, в Англії ленч завжди складається з одного салату, однієї гарячої страви і десерту. Суп під час ленчу європейці та англійці їстимуть не частіше одного разу на тиждень, причому замість салату.

Зате російський обід в ресторані щодня складатиметься з однієї або двох холодних закусок, першої страви (супу), основної гарячої і солодкої страви.

**Сервірування столу для вечери** відрізняється від обіднього відсутністю столової ложки, наявністю чарок і келихів для спиртних напоїв.

Часто в ресторанах можна зустріти **опосередковане сервірування очікування**, яке складається з пиріжкової і закускової тарілок, закускочних приладів, двох келихів і гостьової серветки. Все інше сервірування офіціант робить після узгодження замовлення з гостями.

У будь-якому разі рисунок сервірування столу офіціанти узгоджують із менеджером ресторану, строго його виконують, прагнучи тотожності сервірування щодня на усіх столах ресторанного залу. *Гарно сервірований стіл є візитівкою ресторану, своєрідною рекламою.*

При підготовці залу до обслуговування офіціант повинен дотримуватися правил роботи, прийнятих у ресторанах. Сервіровка столу проводиться у напрямі просування офіціанта вперед у процесі роботи. Основне й додаткове сервірування столу, подача і прибирання окремих предметів сервіровки і приборів проводяться *справа від гостя*, за винятком тих предметів, місце яких з лівого боку (пиріжкові тарілки, ніж для масла, пашотниця до сніданку, а також виделки). *Сервіровка з правого боку від гостя робиться правою рукою, а з лівого – лівою рукою.* Відповідно змінюється напрям руху офіціанта вздовж столу.

### 12.3. Зустріч відвідувачів

У ресторанах прийнятий і застосовується традиційний метод обслуговування – офіціантами. Відвідувача треба зустріти, провести до столу, запропонувати місце, подати меню й допомогти обрати страву і напої, прийняти замовлення, а потім подати замовлене.

Гостей ресторану зустрічають спочатку швейцар і гардеробник, потім метрдотель і офіціант. Особлива роль належить **метрдотелеві**, він є об'єднувальною ланкою між відвідувачами і персоналом ресторану. Він повинен зустріти відвідувачів біля дверей залу, провести до столика, якщо такий замовлений, або вказати, які столи вільні і чи можна їх зайняти. Щоб спростити цей процес, метрдотель зазвичай запитує, на скільки місць потрібний стіл, у якій частині залу гості хотіли б відпочити. Враховуючи їхні побажання і можливості ресторану, метрдотель пропонує столики на вибір і запрошує пройти до них. Сам він йде попереду гостей, щоб показати найзручніший шлях

між столами. А якщо ж гості обрали стіл самостійно, то метрдотель іде за ними.

Метрдотель (офіціант) може порадити, де краще сісти гостям. Запрошуючи відвідувача сісти, треба відсунути стілець. *Спочатку пропонують місце жінці, потім – чоловікові, причому чоловік повинен сидати ліворуч від жінки.* Якщо відвідувач допоміг сісти своїй дамі, то метрдотель допомагає сісти чоловікові. Якщо споживачів обслуговує офіціантка, то її послуги при розсаджуванні чоловіка з дамою допускаються, якщо відвідувачі літнього віку.

Коли ж споживачі самостійно сіли за стіл, не рекомендується пересаджувати їх. Якщо вільних столиків немає, пропонувати місця за столом, де вже сидять гості, можна тільки зі згоди останніх.

Не можна займати місця за столом, не готовим до обслуговування.

Постійним клієнтам пропонують здебільшого звичні їм місця. Якщо відвідувачі прийшли із квітами, їх ставлять у вазу у центрі стола.

#### **12.4. Прийом і виконання замовлення**

Коли гості розсілися, метрдотель або офіціант (або разом) пропонують їм обрати в меню страви й напої. Офіціант підходить *зліва від відвідувача й подає йому меню.* При обслуговуванні групи меню подають старшому. Якщо гості чоловік і жінка, меню подають чоловікові, який, у свою чергу, пропонує його жінці. Після того, як вони обрали страви, чоловік робить замовлення.

Якщо в групі багато чоловіків і жінок, меню подають тому, хто звернувся до офіціанта. На групу офіціант може принести декілька примірників меню. Після цього офіціант віддаляється й підходить, коли помітить, що гості поклали меню на стіл і готові зробити замовлення.

Можливий і інший розвиток подій. Офіціант певний час чекає запитань, але, не дочекавшись, відходить від стола, щоб дозволити гостям краще ознайомитися з меню. Помітивши, що відвідувачі вагаються, офіціант їм допомагає. Зазвичай гості запитують: «Чим у вас сьогодні пригощають?» Не варто відповідати узагальнено. Потрібно розповісти про якість тих чи інших страв, способи їхнього приготування тощо. Зрозуміло, що для цього треба добре знати меню і кулінарні характеристики страв, чітко уявляти смакові відчуття, які виникають при поєднанні окремих страв і напоїв, і повідомляти про це гостям при виборі ними страв.

Навесні й улітку пропонують салати зі свіжих овочів і зелені, холодні супи, свіжу рибу, вироби з молочних продуктів. У холодний час, коли люди потребують калорійної їжі, можна порадити гарячі м'ясні супи і

другі страви. А починають обід або вечерю з холодних закусок.

Для надання повноцінної допомоги гостям офіціант повинен добре знати наявність уже готових страв; час, необхідний для приготування тієї чи іншої страви; асортименти гарнірів і соусів і, як уже мовилося вище, кулінарні характеристики страв.

*Якщо відвідувачі просять обслужити їх швидше, варто запропонувати чергові страви, які можна подати негайно.*

*Поради клієнтам повинні бути ненав'язливими.* Якщо, наприклад, з'ясовується, що гість хоче обмежити свій вибір однією закускою, йому пропонують калорійнішу. Якщо споживач не обмежує себе, можна рекомендувати різні закуски. Така розмаїтість сподобається клієнтам.

Коли на друге замовляють декілька страв, обов'язок офіціанта – з'ясувати, яка із них має бути відварною, а яка – смаженою. Офіціант допомагає підібрати страви так, щоб м'ясні і рибні страви з гарніром доповнювалися овочевими. Десерт також має вдало поєднуватися із попередніми наїдками. Завжди потрібно враховувати сезонність.

Під час прийому замовлення офіціант стоїть прямо або ледь нахилившись до споживача, тримаючи в руках блокнот, який не рекомендується класти на стіл, записуючи замовлене в такій **послідовності**: холодні страви і закуски, гарячі закуски, перші і другі гарячі страви, десерт, кава (чай). Назви страв пишуть розбірливо. Нерідко клієнт просить урахувати індивідуальні особливості його смаку в готуванні тієї чи іншої страви. Офіціант відзначає прохання клієнта у своїх записах.

Приймаючи замовлення, уточнюють, як подавати, наприклад, ікру (чи потрібне вершкове масло?). Якщо гості обрали біфштекс, філе, лангет чи антрекот, виникає питання «як його приготувати – трохи просмаженим, середньо чи добре просмаженим?» Уточнення потребує і місце виготовлення вин, коньяків. В ресторанній справі існує **правило**: *краще витратити зайву хвилину на уточнення замовлення, ніж потім з'ясовувати стосунки із клієнтом: хто що сказав, подумав тощо.*

Отже, **прийом замовлення** – це своєрідна реклама ресторану та його кухні. Офіціант повинен привернути увагу клієнтів до фірмових страв і напоїв, на особливості їхнього приготування, підкреслити найкращі смакові якості. Приймаючи замовлення, офіціант перевіряє, чи відповідає сервіровка замовленню. За потреби її доповнюють.

**Виконання замовлення** відбувається в певній **послідовності**:

- підбір посуду в сервізній для холодних страв і закусок;
- замовлення відповідних холодних страв у холодному цеху;

- замовлення гарячих страв;
- підбір буфетної продукції.

Офіціант зобов'язаний одержати гарячі страви у чітко визначений час. Якщо офіціант спізниться, це позначиться на якості готової страви – вона охолоне, а гарячі страви подають відразу після приготування.

Одержуючи страви на роздачі, офіціант ретельно оглядає кожну з них. Якщо при відпуску однакових страв він виявить, що одна оформлена краще за іншу або одна здається меншою за обсягом, офіціант може не подавати їх відвідувачу. Потрібно викликати шеф-кухаря або метрдотеля, щоб внести зміни в оформлення страв. Недбало оформлена, підгоріла або з іншим дефектом страва – це антиреклама ресторану.

Інакше обслуговують групу клієнтів за одним замовленням. Кілька порцій однойменних страв готують і подають на стіл у багатопорційному посуді – блюдах, салатниках, вазах.

## **12.5. Особливості подавання ресторанної продукції**

### **12.5.1. Подавання буфетної продукції**

Одержуючи в буфеті замовлену продукцію, офіціант перевіряє її якість. Не можна подавати пляшки з вином або безалкогольними напоями без етикеток. Офіціант стежить, щоб пляшки з напоями були чистими, без відколів і тріщин, з непорушеною кришкою. Температура напоїв, що подаються, повинна відповідати нормам.

Якщо вино, пиво, прозорі соки мутні або з осадом на дні, вони недоброякісні. Осад на дні пляшки із червоним вином також свідчить про це. Виявити їх можна, якщо подивитися на світло на перевернуту догори дном пляшку (не збовтуючи). Невеликий темний наліт на дні пляшки не є ознакою недоброякісності вина. Ще одна ознака поганої якості напою – піна при його переливанні, різкий запах дріжджів.

Якщо вино зберігалось в буфеті при зниженій температурі, ймовірно, в ньому можуть утворитися кристали цукру. Вони легко розчиняються за кімнатної температури – достатньо різко струснути пляшку.

Для подачі напоїв у ресторанах використовують карафи і глечики. Соки подають у глечиках, а вина – тільки в карафах. Їх офіціант закриває корками й кришками. Кип'ячену охолоджену воду з льодом (або без нього) подають у глечиках, одному споживачеві воду подають у келиху або склянці, газовану воду – у пляшках.



### 12.5.2. подача холодних страв і закусок

Холодним стравам і закускам у харчуванні відводиться значне місце. Вони підвищують апетит і повинні бути гарно оформлені у відповідному посуді, прикрашені зеленню. Дуже важливо дотримуватися **температури подачі холодних страв і закусок**, яка становить **10-14°C**. Холодні закуски, як правило, подають у порцеляновому посуді.

При подачі *рибної закуски* кладуть *закусочний ніж і виделку*, а не *рибне приладдя*, яке використовують для гарячих рибних страв!

Якщо замовлено декілька закусок, то спочатку подають рибну, потім – м'ясну, закуску із птиці (дичини), овочеву. Якщо замовлені овочі натуральні, їх подають після ікри з маслом. Необхідно пам'ятати про *заміну закусочних тарілок після подачі рибної й м'ясної закусок*.

Якщо страва подається із закускою, що відпускається з гарніром, треба покласти виделку і ложку. На страву без гарніру кладуть тільки виделку.

Десертну ложку кладуть у страви на кшталт салатів, грибів маринованих та ін. Коли подають декілька порцій у вазі, то для перекладання кладуть столову виделку і ложку.

#### **Загальні правила подавання холодних страв і закусок:**

- не можна подавати закуски через стіл і в руки відвідувачеві, ставити їх на стіл лівою рукою, будучи справа від клієнта;
- закуски в посуді на зразок ваз ставлять ближче до центру стола, а в низькому посуді розташовують ближче до відвідувачів;
- якщо за столом сидять жінка й чоловік, то більшість страв ставлять ближче до чоловіка, щоб він мав можливість дбати про даму;
- салатники, ікорниці, соусники ставлять на тарілки відповідного розміру; соусник ставлять ручкою вліво; якщо соусник подають на тарілці, то ложку для соусу кладуть на неї, а не в соус;
- якщо замовлено багато різних закусок і на столі не вистачає місця для їхнього розміщення, офіціант спочатку подає закуски, з яких прийнято починати їжу; частину закусок за узгодженням із замовником можна залишити на переносному столі і подавати за потреби;
- якщо замовлені рибні, м'ясні страви, салат, то потрібно розставити їх так, щоб салат стояв у центрі стола, риба – праворуч, а м'ясна страва – ліворуч. До зернистої або паюсної ікри, шпротів, балика, сьомги, крім хліба (або замість нього) можуть бути подані тости. Однак тости смачні тільки свіжими, тому їх подають відразу ж після приготування на пиріжковій тарілці або в салатнику.

**Ікру зернисту** подають в ікорниці, причому в металеву частину її кладуть дрібно наколотий лід (ікру можна подавати й у креманці, поставленій на пиріжкову тарілку.) До неї окремо подають зелену цибулю, вершкове масло, тост, гарячі млинці.

**Паюсну ікру** подають на порцеляновому блюді або в лоточках. Ікру укладають брусочком, поруч кладуть скибочки лимона. Іноді до неї подають в окремому посуді вершкове масло.

Для подачі **шпротів, печінки тріски** тощо зручні блюда або лоточки. Збоку кладуть скибочки лимона і зелень петрушки, селери, кропу.

**Оседедець** подають на порцеляновому лоточку у вигляді цілої риби; окремо на розетці або пиріжковій тарілці подають вершкове масло.

*Після рибної гастрономії завжди подають лимон, що «перебиває» у роті присмак риби перед уживанням чергової страви!!!*

**Шинку**, асорті, язик, ростбіф, смажену птицю або дичину подають на порцелянових круглих тацях.

**Салати** подають в одно- і багатопорційних порцелянових салатниках і вазах. Салат-коктейль подають у фужерах або низьких келихах, які ставлять на пиріжкову тарілку, застелену паперовою серветкою. На тарілку поруч кладуть десертну ложку. Салат, як доповнення до основної страви, подають у закусочній тарілці, яку ставлять зліва від мілкої столової тарілки. У цьому випадку подають закусочну виделку.

**Овочі натуральні** подаються на початку обслуговування для підвищення апетиту. Для цього використовують салатники або салатні вази: у них кладуть колотий харчовий лід, а зверху – огірки, помідори, редис, зелену цибулю. У набір можуть входити кріп, петрушка, кінза тощо. Салатник ставлять на тарілку перед відвідувачами або подають в обнос без приладдя для розкладання (овочі прийнято брати руками). Якщо овочі нарізані, знадобиться виделка для перекладання овочів на закусочну тарілку. Їдять овочі, користуючись закусочним приладдям, і не забирають зі стола до подачі других гарячих страв.

**Гриби** мариновані і солоні, ікру баклажану, овочеву, грибку тощо подають у салатниках, розкладають десертною ложкою.

**Бутерброди** подаються на пиріжковій (закусочній) тарілці, на банкетах-фуршетах – на круглій (овальній) таці, накритій полотняною серветкою. *Беруть бутерброди руками або лопаточкою* (приладдя до них не подається). Іноді в спеціальній склянці на стіл ставлять пластмасові «шпажки», якими можна скористатися, застромивши їх у бутерброди.

Коли закуски подані, офіціант з дозволу клієнта наповнює чарки і келихи. *Перед подачею чергової страви забирають усі використані, порожні салатники, вази, тарілки, пляшки, чарки і знімають зі скатертини крихти.* Якщо холодні закуски залишилися, офіціант, отримавши згоду замовника, відразу забирає їх. (Масло, овочі і салати з них, а також соління і маринади забирають перед додачею десерту, тому що ці закуски поєднуються з більшістю гарячих страв).

### 12.5.3. Подавання гарячих закусок

**Гарячі закуски подають у тому ж посуді, в якому їх готували.** Це порційні сковороди, кокотниці, кокільниці та ін. Закуски цих асортиментів готують тільки на замовлення. Для гарячих закусок продукти нарізають дрібними шматочками, і відвідувачам не потрібно користуватися ножом, хоча в деяких випадках стіл ножом сервірують (до яєчні в порційній сковороді). Для інших закусок ніж подають разом із стравою – кладуть на закусочну тарілку.

Гарячі закуски подають у такому **порядку**: закуски з риби й рибних продуктів, з м'яса, субпродуктів, птиці і дичини, овочів, грибів, яєць, борошняні. *Рибні гарячі закуски подають у кокільницях, м'ясні – у кокотницях.*

**Закуски під соусом із птиці, дичини** та ін. подають у кокотницях (дві штуки на порцію). Їх ставлять на закусочні тарілки, застелені паперовою серветкою. Ручки кокотниць із паперовими папільйотками повертають уліво. Ложку (чайну) або кокотну виделку кладуть на тарілку ручкою вправо. Якщо подають півпорції, кокотницю ставлять на пиріжкову тарілку. За бажанням відвідувача закуску перекладають на підігріту закусочну тарілку.

**Запечена риба** подається на порційній сковороді, поставленій на тарілку, накриту паперовою серветкою.

**Варених раків** подають на таці, накритій полотняною серветкою, яку стелять так, щоб вони були вкриті частиною серветки і залишалися гарячими. Якщо раків варили з додаванням ароматичного коріння, краще подавати їх у суповій мисці з відваром, у якому вони варилися. Тоді стіл сервірують напівпорційною тарілкою, приладдям для раків, десертною ложкою для відвару й тарілкою (пиріжковою) для відходів.

**Кошички** з листового або здобного тіста з різними начинками, подають на закусочній тарілці, накритій паперовою серветкою.

**Млинці** укладають після випічки на порційні сковороди, які ставлять на мілкі столові тарілки, і подають. Млинці можна подавати й

у круглому баранчику, що закривається кришкою. До млинців у соусниках подають розігріте вершкове масло й сметану, малосольну рибу, ікру, балик, оселедець.

#### 12.5.4. Особливості подавання супів

Супи поділяють на гарячі й холодні. До **гарячих** відносять більшість супів, їхня температура при відпуску повинна становити **65-75°C**. **Холодними** подають супи на хлібному квасі, деякі супи на фруктових і овочевих відварах. Температура їхнього відпуску – **8-10°C**.

Подають супи в *мельхіорових мисках*; у *бульйонних чашках*; у *глибоких тарілках*; у *порцелянових супницях*, на 6-10 порцій.

**Прозорі бульйони** наливають у чашки на роздачі. Чашку на блюдце офіціант ставить на стіл перед клієнтом. Бульйонну ложку кладуть на блюдце перед чашкою ручкою вправо або на стіл праворуч.

Особливість подачі прозорих бульйонів – до них на пиріжковій тарілці, яку ставлять зліва, подають гарнір (пиріжок, кулеб'яку). Бульйон з яйцем подають у бульйонній чашці. У чашку кладуть яйце-пашот, на пиріжковій тарілці подають грінки із сиром.

На роздачі в бульйонні чашки також можна наливати **пюреподібні супи**. Чашки ставлять на блюдце ручкою вліво, бульйонну ложку кладуть перед чашкою ручкою вправо.

**Заправні супи** подають в супових мисках. Як правильно розливають суп? Спочатку в тарілку перекладають густу частину супу, потім наливають бульйон. Розливальну ложку тримають ближче до тарілки, щоб суп не розхлюпувався. Після розливу ложку кладуть у супову миску.

Якщо **суп зі сметаною**, її можна подати в соуснику на пиріжковій тарілці із чайною ложкою. Ручка соусника повинна бути спрямована вліво, ручка ложки – вправо. Коли відвідувач скористається сметаною, ложку можна покласти в соусник. (Сметану кладуть у суп і на роздачі.)

Якщо до супу подають борошняні кулінарні вироби (ватрушки, пампушки), їх подають на пиріжковій тарілці, яку ставлять зліва.

Деякі перші страви, зокрема щі, подають у керамічному горщику. Потім їх переливають у глибокі столові тарілки.

Коли ресторан обслуговує клієнтів удень за меню чергових страв, супи можна приносити й подавати в тарілках.

**Солодкі супи** взимку подають гарячими, влітку – холодними. До них на пиріжковій тарілці кладуть шматок сухого бісквіта, кекс, сухе печиво.

**Холодні супи** переливають із супових мисок у глибокі столові тарілки. До них окремо в салатнику, поставленому на пиріжкову тарілку, подають харчовий лід, щипці для розкладання льоду.

### 12.5.5. Подавання других страв

Перед подачею других страв відповідно до замовлення стіл за потреби досервіровують, тобто розкладають столове або рибне приладдя. Якщо замовлено рибні й м'ясні страви, подають два види приладдя – рибне і столове. Офіціант забирає використаний посуд з-під закусок і перших страв, приладдя, скляний або кришталевий посуд і закуску, що залишилася (останнє робиться з дозволу замовника), ставить перед відвідувачем підігріту мілку столову тарілку. Якщо замовлено салат до другої страви, то зліва від основної тарілки ставиться закусочна тарілка.

#### Способи подавання других страв:

а) офіціант показує страву споживачам, потім ставить її на підсобний стіл і при відвідувачах перекладає страву на підігріті мілкі столові тарілки;

б) офіціант попередньо ставить перед споживачами підігріті мілкі столові тарілки, потім подає страву в баранчику, на сковороді тощо відразу на стіл відвідувачеві разом із приладдям для перекладання. Страви в металевому посуді ставлять на стіл на підставних (закусочних) тарілках, накритих паперовими серветками;

в) офіціант на роздачі одержує замовлену страву в тарілці, приносить на підсобний стіл (сервант), потім подає споживачеві.

### 12.5.6. Подавання солодких страв

**Час** подачі солодких страв офіціант погоджує із замовником, а перед тим, як подати десерт, забирає використаний посуд, приладдя, закуски й хліб.

Десертні або закусочні тарілки, виделки й ножі становлять сервіровку десертного стола.

**Морозиво** з різними добавками і без них, **компоти**, **салати** із фруктів, **желе**, **муси**, **свіжі фрукти** і **ягоди** подають у креманках, які ставлять на десертну (пиріжкову) тарілку. Залежно від розмірів креманки поруч кладуть (ручкою вправо) десертну або чайну ложку.

**Омлет «сюрприз»**, **суфле** і **креми** зазвичай подають у тому ж посуді, в якому вони готувалися. За бажанням відвідувачів страви ставлять на стіл, дозволяючи їм розкладати десерт по тарілках самостійно, або офіціант розкладає страву в тарілки на підсобному столі чи серванті й подає. Соус до десертної страви, якщо він є, подають у соуснику, молоко або вершки подають також окремо в молочнику.

**Кавуни** перед подачею на стіл ретельно миють, обсушують рушником і розрізають на шматки товщиною 2 см, які викладають на

тацю або тарілку. Якщо кавун недостатньо солодкий, до нього окремо подають цукор (пудру або пісок).

**Дині** промивають і обсушують, потім розрізають уздовж, видаляють із середини волокнисту масу із зернами й ріжуть на шматки товщиною 1-1,5 см. Виконуючи замовлення, офіціант нарізає шматки кавуна або дині й кладе їх на порцелянове блюдо скоринкою долілиць. Для зручності відвідувачів кожний другий шматок висувають до борта тарелі. Подають кавуни й дині на таці в обнос або ставлять блюдо в центрі стола.

Як і баштанні, **фрукти** перед подачею офіціант попередньо мие, але кип'яченою водою; потім обсушує. Якщо група відвідувачів велика, фрукти подають у кришталевих або порцелянових вазах. Так роблять і на банкетах. Вазу ставлять у центрі стола. Сервірують стіл мілкими десертними тарілками й фруктовим приладдям – ножами й виделками. Офіціант пропонує фрукти зліва від відвідувача.

*Фрукти беруть руками*, тому на столі повинна бути пиріжкова тарілка для кісточок і полоскальниця з підкисленою теплою водою. Коли фрукти подають одному клієнтові, десертну тарілку ставлять справа від відвідувача.

**Грейпфрути** і **манго** офіціант спочатку готує: розрізає на дві половинки, потім м'якоть плода по краях обережно підрізають ножем. Подають на мілкій десертній тарілці зрізом угору із фруктовими ножем і виделкою. У креманці повинна бути цукрова пудра і чайна ложка.

У **бананів** перед подачею надрізають плодоніжку, подають на десертній тарілці, поруч із тарілкою кладуть фруктове приладдя.

**Кісточкові** (абрикоси, персики, сливи) подають на мілкій десертній тарілці разом із фруктовим приладдям, праворуч ставлять пиріжкову тарілку для кісточок.

При подачі грейпфрутів, манго, бананів, абрикосів, вишень, черешень і слив справа завжди потрібно ставити полоскальницю з теплою водою.

Вишню, черешню подають із плодоніжками в скляній креманці на пиріжковій тарілці. Обов'язково подають тарілку для кісточок.

**Ананас** нарізають кружечками й заливають сиропом у креманках, які подають на пиріжковій тарілці із чайною або десертною ложкою.

**Полуниця, малина** й **ожина** подаються на стіл у вазах або креманках з десертною ложкою для розкладання. До цих ягід можна подати цукрову пудру або згущене молоко. Ягоди також подають із охолодженими вершками або молоком. Молоко (вершки) подають у молочнику (вершківниці), розташовуючи справа на пиріжковій тарілці.

### 12.5.7. Подання напоїв

Для подавання **кави** використовують кавові чашки об'ємом 75-100 мл із блюдцями й кавовими ложками. Каву приносять на підносі і ставлять справа від відвідувача правою рукою так, щоб ручка чашки була повернута вліво, а кавова ложка лежала ручкою вправо.

До кави подають *молоко, вершки*. Чорну каву можна подавати в кавнику, у цьому випадку стіл заздалегідь сервірують кавовими чашками із блюдцями й ложками.

**Каву по-східному** подають у тому ж посуді, в якому її готували. Якщо кава зварена у турці, розрахованій на декілька порцій, то спочатку офіціант розкладає по чашках кавову пінку, потім наливає каву. Окремо до кави подають охолоджену воду з льодом.

**Каву з морозивом (глясе)** готують так: спеціальною ложкою в склянку кладуть кульку морозива і заливають охолодженою чорною кавою. Напій відразу подають у спеціальній конусоподібній склянці місткістю 250 мл, можна подавати й у звичайній склянці або келиху. До глясе подають чайну ложку й соломку.

**Прийоми подачі кави.** Якщо каву подають у *кавниках*, то на стіл ставлять порожню чашку місткістю 100 мл. Потім, запитавши дозволу, офіціант наповнює чашку. У кавнику після цього залишається частина кави, тому кавник ставлять праворуч від відвідувача, щоб надалі він міг самостійно себе обслужити.

*Каву в чашках* подають на блюдці, куди кладуть чайну ложку. Чашки попередньо підігрівають. Цукор до кави подають у розетці; якщо цукор-рафінад, до нього кладуть щипці.

Для подачі кави використовують невеликі підноси. Кавник ставлять на внутрішній край підноса, що найзручніше при перенесенні.

**Чай.** Є багато видів чаю (чорний, червоний, жовтий, зелений), існують і різноманітні способи його готування.

*Російський спосіб заварювання чаю.* Російський чай пропонують із медом, варенням, цукром, молоком, вершками, лимоном, бубликами, калачами та ін. Подають російський чай у порцелянових чашках, які мають бути сухими і без сторонніх запахів.

Чай подають у *чайних горнятках* або *склянках із підсклянниками*, які ставлять на блюдця. Поруч із чаєм на блюдці повинна бути чайна ложка, цукор подають у розетках, до чаю також подають лимон, нарізаний кружечками. Очевидно, стіл повинен бути досервірований виделкою для лимона й щипцями для цукру.

На прохання клієнта до чаю подають гаряче молоко або вершки.

При подачі чаю у номер готелю використовують два чайники: у маленькому подають заварений чай, а у великому – окріп.

У ресторанах подають також **мінеральні води** як столові напої.

Пляшки з мінеральною водою повинні бути чистими, з етикетками. Офіціант відкриває пляшки, потім протирає горлечко пляшки ручником і, одержавши дозвіл клієнта, наливає воду у келихи або ставить відкриту пляшку на стіл. Склянку наповнюють водою на половину (не більше  $\frac{2}{3}$  місткості).

Мінеральну, фруктову воду і соки рекомендується подавати першими, до подачі закусок чи перших страв. У деяких ресторанах перед обслуговуванням клієнтові пропонують склянку холодної води з льодом.

Як і у всьому іншому, вибір напоїв офіціант надає відвідувачам, однак його участь у цій справі може виявитися корисною. Наприклад, якщо замовлено горілку або горілчані вироби, варто запропонувати гостям мінеральну воду.

**Безалкогольні напої** в ресторані подають охолодженими, з температурою 10-12°C (виняток становить мінеральна вода «Боржомі», її в окремих випадках підігрівають).

Всі напої наливають у келихи. Наливаючи, пляшку тримають так, щоб утворилася піна. Фруктово-ягідні соки подають на стіл у глечиках і розливають у високі конусоподібні склянки.

**Фірмові прохолодні напої** подають у келихах чи тонких склянках різної форми. Їх ставлять на пірижкові тарілки. Праворуч від склянки на тарілку кладуть соломку.

**Холодні напої з вином** (*крюшони, пунші, коктейлі*) подають, як правило, у високих склянках або келихах. У пунш додають шматочки харчового льоду, іноді лід подають окремо. До холодних напоїв офіціанти рекомендують відвідувачам замовити фрукти.

До *всіх закусок*, особливо гострих, можна рекомендувати **міцні алкогольні напої** – горілки, віскі, настоянки. Офіціант подає горілку в чарках, стопках, карафах. При обслуговуванні групи використовують карафи і пляшки.

До *перших страв* вино не рекомендується, але якщо клієнт все ж бажає замовити, то до супів можна порадити **міцне вино** на зразок мадери, портвейну (наливають їх у мадерну чарку). Температура вина при подачі – кімнатна.

До *гарячих рибних закусок* прийнято подавати **столові білі вина**, до *м'ясних*, а також із *птиці і дичини* – **столові червоні**. Їх охолоджують до 12-18°C.



До *других страв із риби і морепродуктів* пропонують **білі сухі** або **напівсухі вина**. Їх подають злегка охолодженими, наливають у рейнвейні чарки.

До *других гарячих страв із м'яса і дичини* рекомендуються **червоні сухі вина**. Улітку вони повинні мати кімнатну температуру, у зимовий час їх підігрівають до 30°C.

З *овочевими стравами* добре поєднуються **напівсолодкі столові вина**. Їх подають охолодженими до 15-18°C у рейнвейних чарках.

До *солодких страв і фруктів* можна запропонувати **десертні вина**, які подають охолодженими до 10-12°C у мадерних чарках.

До *фруктів, цукерок, десертних страв* рекомендують **напівсолодке** або **солодке ігристе вино**, яке подають охолодженим до 8-10°C. Ігристе вино також добре поєднується з негострим сиром, мигдалем, фісташками, шоколадом, морозивом, кондитерськими виробами.

#### **Правила подачі вино-горілчаних виробів:**

- спочатку клієнтові показують пляшку, потім запитують дозволу і відкривають її;

- відкривають пляшки комбінованим інструментом: металевий капсуль на пляшці підрізають ножем; пластмасовий ковпачок зрізують на рівні 5 мм від краю горлечка пляшки; на тому ж рівні видаляють із горлечка сургуч; з особливою обережністю витягають корок, не протикаючи його наскрізь штопором – лівою рукою офіціант притримує горлечко пляшки за допомогою складеної серветки, а правою витягає корок; горлечко пляшки після відкорковування відразу ж протирають серветкою;

- тримаючи пляшку в правій руці, а серветку в лівій, офіціант справа від замовника наливає йому в чарку ковток вина, після чого злегка піднімає горлечко пляшки і повертає її навколо осі вправо, щоб краплі вина не впали на скатертину; одержавши дозвіл замовника, офіціант доливає вино;

- при обслуговуванні групи відвідувачів перед тим, як наповнити келихи, офіціант одержує дозвіл кожного окремо;

- прийнято спочатку вино наливати жінкам, потім чоловікам і наприкінці тому, хто замовляв;

- розливаючи вино, офіціант ставить пляшку на стіл (на банкеті з повним обслуговуванням офіціант наливає гостям вино, а пляшки ставить на підсобний стіл);

- після наповнення кожної чарки горлечко пляшки промокають ручником, щоб краплі вина не потрапляли на скатертину;

- *наливаючи вино, не можна торкатися пляшкою або графіном до чарок;*
- *якщо вино потрапило на скатертину, пляму потрібно посипати сіллю і застелити серветкою;*
- *краплі вина на ніжці чарки видаляють ручником;*
- *не можна наливати напої в чарки відвідувачів, що сидять на іншій стороні стола, як і з лівого боку правою рукою;*
- *напої в чарках (стопках, келихах), попередньо наповнені на підсобному столі, подають зліва від споживача лівою рукою.*

#### **Правила подачі ігристих вин:**

- *ігристі вина охолоджують у відерці з льодом, накривши серветкою і залишивши ззовні лише верхню частину пляшки;*
- *відкорковують із дозволу замовника і вживають певних заходів обережності: горлечко пляшки накривають серветкою, пляшку тримають злегка нахиленою, але не нахилиються перед нею і не повертають убік гостей; великий палець лівої руки тримають на пробці, правою рукою обережно розкручують дротовий замок, потім, взявши пляшку в праву руку (під серветкою), лівою витягають пробку, повертаючи її в горлечку пляшки й обережно випускаючи вуглекислий газ, що виділяється;*
- *пляшку намагаються відкрити з мінімальним шумом, а відкривши, відразу ж розливають, наповнюючи келихи тонким струменем;*
- *келихи рекомендується наповнювати у два прийоми, обходячи гостей за столом;*
- *ігристі вина можна розливати в келихи на підносі.*

#### **12.6. Особливості проведення розрахунків із клієнтами**

Розрахунок проводять за рахунком. Офіціант, перевіривши правильність записів у рахунку, підрахувавши загальну суму, подає замовникові перший примірник на підносі або на тарілці. Рахунок краще скласти вдвоє і відвернути куточок, щоб було зручніше його брати. *Рахунок подають замовникові лицьовою стороною.*

Якщо відвідувач готовий зразу оплатити пред'явлений йому рахунок, офіціант, не відходячи від столу, чекає, щоб за потреби дати роз'яснення, й одержує гроші. Якщо в офіціанта немає грошей або решти, він, вибачившись, бере рахунок, гроші і міняє їх у касі, вертається до відвідувача й підносить на тому ж підносі або тарілці рахунок і належну решту.

Іноді офіціантові потрібно на певний час відійти від стола, щоб дозволити замовникові підготувати необхідну суму грошей. Таку ситуацію варто «прочитати» швидко і не бентежити клієнта своєю присутністю.

Наприкінці дня на підставі копій рахунків офіціант складає реєстр і здає його разом із копіями рахунків і виторгом касирові. Касир із офіціантом перевіряють відповідність суми зданого виторгу показникам касового апарату і підсумковій сумі за реєстром здачі рахунків.

Правильність заповнення рахунків і реєстрів контролює метрдотель.

У ресторані з розважальною програмою з відвідувачів може стягуватися додаткова плата (у вигляді купівлі вхідного квитка) у відповідному розмірі.

При організації обслуговування вечорів, торжеств замовник банкету попередньо оплачує в касі ресторану вартість страв, напоїв, виробів за певним меню. Остаточний розрахунок проводиться по завершенні свята.

### **Запитання та завдання для самоперевірки**

1. *Охарактеризуйте етапи формування культури сервірування столів.*
2. *Назвіть етапи підготовки торгового залу ресторану до обслуговування. Які вимоги ставляться до столової білизни?*
3. *Назвіть обов'язки офіціантів при підготовці ресторанного залу до обслуговування.*
4. *Розкрийте послідовність сервірування столів у залах ресторанів.*
5. *Опишіть правила і порядок сервірування столів у ресторанных залах.*
6. *Назвіть предмети банкетного сервірування столу на одну персону.*
7. *Перелічіть особливості сервірування столів до сніданку, обіду, вечері.*
8. *Охарактеризуйте процес зустрічі відвідувачів у ресторанах.*
9. *Дайте характеристику етапу прийому і виконання замовлення.*
10. *Опишіть особливості подавання буфетної продукції.*
11. *Перелічіть загальні правила подавання холодних страв і закусок.*
12. *Назвіть особливості подання гарячих закусок.*
13. *Охарактеризуйте принципи подавання супів.*
14. *Які особливості подавання і споживання солодких страв?*
15. *Охарактеризуйте правила подавання безалкогольних та винно-горілчаных напоїв.*
16. *Наведіть особливості проведення розрахунків із клієнтами.*

### **Тести для самоконтролю**

1. *Яка процедура при підготовці торгового залу ресторану до обслуговування є зайвою?*
  - а) прибирання приміщень;
  - б) розстановка меблів;
  - в) миття і чищення столового приладдя і посуду;
  - г) отримання і підготовка до використання столової білизни, посуду, приладдя;
  - д) попереднє сервірування столів.

2. *Пересічно за робочий день на кожний обідній стіл достатньо \_\_ скатертин.*  
а) однієї; б) двох; в) трьох; г) чотирьох-п'яти.

3. *За один робочий день на кожне місце здебільшого передбачають \_\_\_\_\_.*  
а) дві гостьові серветки; б) три гостьові серветки;  
в) шість серветок; г) чотири-п'ять серветок для гостей.

4. *Середня витрата рушників за повний робочий день на одного офіціанта становить \_\_\_\_\_.*  
а) 8 штук; б) 4-6 штук; в) 10 штук; г) 6-8 штук.

5. *При попередньому сервіруванні на стіл НЕ ставлять...*  
а) предмети індивідуального користування (тарілки, столові набори, чарки...);  
б) наповнені сільницю, перечницю, гірчичницю;  
в) вазу з живими квітами;  
г) підставку з паперовими серветками;  
д) попільничку і запальничку.

6. *Для того, щоб вберегти стіл від пошкоджень та щоб не ковзала скатертина, на нього стелять \_\_\_\_\_.*  
а) простирadlo; б) мольтон; в) наперон; г) серветки.

7. *Центр столового приладдя позначається \_\_\_\_\_.*  
а) стільцем; б) фужером для води;  
в) підставною тарілкою; г) пірижковою тарілкою.

8. *Для швидшої і зручної роботи офіціантові рекомендується сервірувати столи в такій послідовності:*

а) розмістити фужери і келихи,	
б) скрутити і розкласти серветки,	
в) розставити тарілки,	
г) покласти меню і картки,	
д) розкласти приладдя,	
е) розставити вази з квітами, інші прикраси, попільниці, спеції	

9. *На якій відстані від краю стола ставиться тарілка?*  
а) 1-2 см; б) 3 см; в) 4-5 см; г) як-небудь.

10. *Якщо на тарілці зображені емблема ресторану чи якийсь візерунок, то вони повинні бути \_\_\_\_\_.*  
а) зліва від гостя; б) справа від гостя; в) вгорі; г) внизу.

11. *Відстань між центрами сусідніх тарілок повинна становити \_\_\_\_\_.*  
а) 50 см; б) 90-100 см; в) 50-60 см; г) 70-80 см.

12. *Сервіровку столовим приладдям починають з...*  
а) ніжів; б) виделок; в) столової ложки; г) десертного приладдя.

13. Ножі розміщують справа біля тарілки у напрямку зліва направо у такій послідовності \_\_\_\_\_.

- а) столовий, рибний, десертний; б) закусочний, рибний, столовий;  
в) столовий, рибний, закусочний; г) рибний, столовий, закусочний.

14. Яка максимальна кількість комплектів столового приладдя ставиться на стіл при сервіруванні?

- а) три; б) чотири; в) два; г) п'ять.

15. Мінімальне сервірування столу складається з таких предметів \_\_\_\_\_.

- а) закусочної тарілки, закусочного ножа і виделки, фужера для води;  
б) піріжкової тарілки, полотняної серветки, фужера для води;  
в) підставної тарілки, серветки, келиха для вина;  
г) піріжкової тарілки, ножа для масла, полотняної серветки.

16. Сервірування столу для вечері відрізняється від інших \_\_\_\_\_.

- а) наявністю столової ложки і відсутністю чарок і келихів для напоїв;  
б) відсутністю столової ложки і наявністю чарок для спиртних напоїв;  
в) більшою кількістю столового приладдя, ніж під час сніданку чи обіду;  
г) наявністю піріжкової тарілки і ножа для масла, а також чарок для горілки.

17. Найчастіше подавання і прибирання окремих предметів сервіровки і приборів проводиться офіціантом \_\_\_\_\_.

- а) справа від гостя лівою рукою; б) зліва від гостя правою рукою;  
в) справа від гостя правою рукою; г) з рук і в руки гостя.

18. При прийомі замовлення офіціант підходить до гостя \_\_\_\_\_.

- а) зліва і подає меню;  
б) справа і подає меню;  
в) стає перед гостем і уважно слухає, запам'ятовуючи замовлені страви;  
г) збоку і розповідає, що сьогодні пропонують у закладі харчування.

19. Якщо гості поспішають, то офіціант може запропонувати їм \_\_\_\_\_.

- а) холодні закуски, б) чергові страви,  
в) одну гарячу страву, г) хлібобулочні чи кондитерські вироби.

20. Виконання замовлення відбувається в певній послідовності:

а) підбір буфетної продукції;	
б) замовлення гарячих страв;	
в) підбір посуду в сервізній для холодних страв і закусок;	
г) замовлення відповідних холодних страв у холодному цеху	

21. Температура подачі холодних страв і закусок повинна становити \_\_\_\_\_.

- а) 16-18°C; б) 20-24°C; в) 10-14°C; г) 8-10°C.

22. В якій послідовності подають холодні закуски, якщо їх замовлено декілька?

- а) спочатку рибну, потім – м'ясну, закуску з птиці, овочеву;  
б) спочатку овочеву, потім – рибну, закуску з птиці, м'яса;  
в) спочатку м'ясну, потім – овочеву, далі – рибну і з птиці;  
г) спочатку з птиці, потім – м'ясну, рибну і наприкінці – овочеву.

23. Чому після рибної гастрономії прийнято подавати лимон?  
 а) для прикраси;  
 б) щоб «перебити» присмак риби в роті;  
 в) щоб нейтралізувати запах на руках;  
 г) щоб вичавити сік лимона на рибу для пікантного смаку.
24. В якому посуді подають гарячі закуски?  
 а) в керамічних горщиках; б) в баранцях із кришками;  
 в) в тому посуді, в якому їх готували; г) на порцелянових блюдах.
25. Гарячі закуски під соусом із птиці, дичини та ін. подають у ...  
 а) кокотницях; б) кокильницях;  
 в) порційних сковорідках; г) менажницях.
26. Супи поділяються на гарячі і холодні. Температура їх повинна становити \_.

Гарячі супи	Холодні супи

27. В якому посуді НЕ подають супи в ресторанах?  
 а) в мельхіорових мисках; б) у бульйонних чашках;  
 в) у глибоких тарілках; г) в каструльках з нержавіючої сталі;  
 д) в порцелянових супницях.
28. Як подають в ресторанах сметану до борщу чи інших супів, які прийнято споживати зі сметаною?  
 а) в соуснику на пиріжковій тарілці; б) в креманці на пиріжковій тарілці;  
 в) в кружці на пиріжковій тарілці; г) в скляному салатнику на тарілці.
29. Для подачі кави використовують кавові чашки обсягом \_\_\_\_\_ із блюдцями й кавовими ложками.  
 а) 200 мл; б) 75-100 см<sup>3</sup>; в) 150 см<sup>3</sup>; г) 50 см<sup>3</sup>.
30. Безалкогольні напої в ресторані подають охолодженими до температури...  
 а) 5-6°C; б) 15-20°C; в) 7-8°C; г) 10-12°C.

### ТЕМА 13. ОБСЛУГОВУВАННЯ БАНКЕТІВ

- 13.1. Класифікація банкетів і прийомів.  
 13.2. Порядок приймання і виконання замовлень на обслуговування банкетів.  
 13.3. Підготовка до проведення банкету.  
 13.4. Організація обслуговування різних видів банкетів.  
 13.4.1. Банкет-фуршет.  
 13.4.2. Банкет-коктейль.  
 13.4.3. Банкет-прийом за типом «шведського столу».  
 13.4.4. Банкет за столом з повним обслуговуванням офіціантами.  
 13.4.5. Банкет за столом із частковим обслуговуванням офіціантами.  
 13.4.6. Банкет-чай.  
 13.4.7. Особливості обслуговування тематичних банкетів.

### 13.1. Класифікація банкетів і прийомів

Заклади ресторанного господарства за замовленням окремих відвідувачів чи організацій здійснюють обслуговування банкетів. **Банкет** (від нім. *bankett*, з італ. *banchetto* або фр. *banquet* і англ. *banquet*) – це урочистий сніданок, обід або вечеря, які проводяться на честь певної особи або події (наприклад, ювілею, весілля тощо).

Залежно від подій, з нагоди яких організуються банкети, їх поділяють на **офіційні** та **неофіційні**. **Приводом** для *офіційного банкету* може бути прийом глави уряду, дипломатичних представників, ювілейне торжество, національне свято, для *неофіційного* – сімейне свято, товариська зустріч, традиційне свято та ін.

**Залежно від організації** банкету їх можна поділити на дві групи:

- з розміщенням за столом (банкет за столом, банкет-чай);
- без розміщення за столом (банкет-фуршет, десерт, коктейль).

**За участю персоналу** в обслуговуванні їх поділяють на:

- банкети з повним обслуговуванням офіціантами, де всі страви і напої офіціанти подають гостям в обнос;
- банкети з частковим обслуговуванням офіціантами, де певну кількість страв (переважно холодні страви і напої) заздалегідь виставляють на столи, гарячі страви і напої подають в обнос чи ставлять на стіл.

**За асортиментом страв і напоїв** банкети поділяють на:

- *універсальні* (банкет за столом з повним або частковим обслуговуванням офіціантами);
- *спеціалізовані* (банкет-фуршет, банкет-буфет, банкет-коктейль).

За бажанням замовника організують один вид банкету або поєднують декілька, тоді він називається **комбінованим** або складним.

Організація банкету охоплює **три стадії**: прийом замовлення, підготовку до проведення банкету й обслуговування.

### 13.2. Порядок приймання і виконання замовлень на обслуговування банкетів

Замовлення на обслуговування свят приймає хостес, директор, метрдотель або черговий адміністратор.

Залежно від розміру закладу ресторанного господарства і кількості гостей замовник резервує частину приміщення або орендує його повністю на певний час. Для уникнення можливих претензій з боку клієнта і задля власної безпеки, адміністрації закладу доцільно скласти **договір-замовлення** на надання послуг з організації будь-якого виду

банкету (фуршету, ювілею, весілля, випускного вечора тощо).

Середні та великі заклади, крім своєї безпосередньої діяльності (приготування страв і сервірування столу), часто зобов'язуються організувати «культурну програму»: запрошення музикантів, ведучого вечора, аніматорів (для дитячих свят). При цьому вони виступають посередниками. Складання договору-замовлення упорядковує організацію та проведення банкету.

Із замовником завчасно **погоджуються**: дата обслуговування, кількість гостей, місце проведення, оформлення залу, музичний супровід, надання додаткових послуг, початок і закінчення обслуговування, меню, попередня вартість замовлення та порядок розрахунку.

Крім того, в договір доцільно ввести пункт про відповідальність закладу ресторанного господарства за якість обслуговування і приготування страв, а з боку замовника – про *відповідальність за збереження майна закладу та відшкодування можливих збитків* (биття посуду, псування скатертин, столового приладдя тощо).

Існує затверджена спеціальна форма первинного обліку – **замовлення-рахунок** (див. рис. 13.1.), який водночас є розрахунковим документом і документом, за яким з кухні закладу ресторанного господарства здійснюється відпускання готових страв і кулінарних виробів споживачам (учасникам банкету). Замовлення-рахунок містить також елементи договору, оскільки його попередньо підписують замовник і уповноважений представник закладу.

В цьому документі відображають дату і час обслуговування, узгоджене меню з переліком страв та їх вартістю, прізвища працівників закладу, що відповідають за проведення банкету (обслуговуючого персоналу). Після розрахунку замовник і відповідальний за обслуговування підписуються у графі «замовлення виконано повністю». Попри те, що замовлення-рахунок частково дублює окремі пункти договору-замовлення (у частині погодженого меню), доцільно складати обидва документи. Особливо важливий договір-замовлення при виникненні питання про матеріальну відповідальність замовника.

Після з'ясування порядку проведення банкету встановлюють порядок розрахунку. За погодженням сторін оплата за банкет може здійснюватися різними способами та у різні строки, що залежить і від того, ким є замовник – фізичною чи юридичною особою. Наприклад, фізична особа (громадянин) може розрахуватися за послуги готівковими коштами або за допомогою платіжної карти.





### 13.3. Підготовка до проведення банкету

При прийманні замовлення клієнт повідомляє метрдотелю (хостес) мету банкету, а відповідно до цього висловлює побажання щодо оформлення залу, музичного супроводу, меню, порядку проведення свята. Наприклад, на початку урочистого вечора гостям подаватимуть аперитив, урочиста вечеря проходить в одному залі, десертний стіл може бути накритий в іншому тощо.

**Норма площі** на одну людину залежить від виду банкету. При проведенні його за столом вона складає 1,5-2 м, банкету-фуршету – 0,5-0,7 м. Столи розміщують з урахуванням кількості учасників банкету, виду банкету, конфігурації залу.

Залежно від кількості запрошених розрізняють **зосереджену і розосереджену форму розміщення гостей** за банкетними столами. При першій формі гостей розміщують за загальним столом, форма якого, залежно від конфігурації залу, може бути круглою, квадратною, прямокутною або Т-, П-, Ш-подібною; при другій – за кількома столами. При розосередженій формі розміщення гостей прохід між головним столом і перпендикулярними йому столами, а також між торцями столів складає 1-1,5 м.

Розставляючи столи, варто враховувати те, що жодний із учасників банкету не повинен сидіти спиною до почесних гостей. **Ширина банкетних столів** має складати **1,2-1,5 м**, іноді навіть до 2 м; якщо стіл для почесних гостей сервірують з одного боку, ширина його повинна бути не менше 70 см. У банкетному залі спочатку розставляють столи, а потім на деякій відстані від них стільці, крісла чи напівкрісла. Біля стін, колон, у кутах залу, де організовується банкет, чи в суміжному з ним приміщенні ставлять підсобні столи або серванти для запасних предметів сервірування та напоїв. Зазвичай один підсобний стіл або сервант розрахований на обслуговування 10-15 осіб.

Довжина столів визначається з урахуванням кількості гостей і рекомендованої норми на одну персону: при банкеті-фуршеті – 0,4 м (оскільки не всі гості одночасно підходять до столу), банкеті за столом для почесних гостей – 0,7-0,8 м, інших – 0,6 м.

Важливим етапом підготовки банкету є **упорядкування меню**. При його складанні враховують, що *загальна маса страв за столом* складає 1-1,5 кг на одну персону; вина, ігристих вин – 0,35 л; коньяку, горілки – 0,15-0,2 л; соків, води – 1 л. Остання позиція влітку може збільшуватися, взимку – зменшуватися.

В меню *фуршету маса страв* складає 0,5-0,8 кг на одну персону; вина, ігристого – 0,15 л; коньяку, горілки – 0,1 л; соків, води – 0,25-0,5 л.

Відповідно до меню підбирається столовий посуд і приладдя. Їх кількість залежить від виду банкету, чисельності офіціантів, які беруть участь в обслуговуванні. Наприклад, на банкеті за столом із частковим обслуговуванням офіціантами холодні страви і закуски ставлять на стіл до приходу гостей так, щоб кожен міг узяти будь-який виріб самостійно чи за допомогою того, хто сидить поряд. Тому при визначенні місткості багатопорційного посуду враховують кількість секцій, на які поділяють банкетний стіл відповідно до зон досяжності. На банкеті за столом з повним обслуговуванням офіціантами місткість багатопорційного посуду і кількість наборів для розкладання залежить від кількості офіціантів, які беруть участь у подаванні визначеної групи страв.

Залежно від виду банкету визначені **нормативи** столового посуду і приладдя індивідуального користування. Кількість наборів для розкладання дорівнює кількості багатопорційного посуду.

При підготовці до банкету використовують білу або кольорову столову білизну, яку підбирають з урахуванням особливостей інтер'єру залу або тематики свята.

Кількість банкетних скатертин залежить від довжини столів і форми їх розставляння. Якщо всі гості розміщуються за одним столом, то його накривають зі спуском скатертини приблизно на 30 см; якщо почесні гості сидять за одним столом, то його накривають зі спуском скатертини з боку, зверненого до залу, на 5-10 см від підлоги, решту столів накривають, як описано вище.

**Кількість серветок** визначають, виходячи з нормативу на одну особу і загальної кількості гостей. Враховують також, що серветки використовують для накриття таць. Для офіціантів передбачені ручники. Столову білизну беруть із деяким запасом (приблизно 10 %).

Визначення достатньої кількості офіціантів та інших працівників є важливим моментом в організації обслуговування банкету. Витрати часу на виконання окремих операцій при підготовці до банкету (див. табл. 13.1) дозволяють не лише визначити загальну чисельність працівників, а й правильно розподілити обов'язки між ними.

**Кількість офіціантів**, які беруть участь в обслуговуванні ( $N_{\text{оф}}$ ), можна визначити за **формулою**

$$N_{\text{оф}} = t \times n / 3600T \quad (1)$$

або

$$N_{\text{оф}} = N / N_t \quad (2)$$

де  $t$  – витрати часу на операцію (одиницю продукції, посуду),  $c$ ;  
 $n$  – кількість одиниць продукції, посуду (операцій), *шт.*;  
 $T$  – інтервал часу, впродовж якого має бути виконана робота, *год*;  
 $N$  – загальна кількість гостей, *осіб*;  
 $N_t$  – кількість гостей, яку може обслужити один офіціант, *осіб*.

При розрахунку чисельності офіціантів, які готують стіл до банкету, використовують формулу (1). За формулою (2) визначають кількість офіціантів, які беруть участь у подаванні страв і напоїв під час банкету.

Таблиця 13.1

*Поопераційні витрати часу при підготовці до банкету, с*

Найменування операції	Найменування столової білизни, наборів, посуду	Витрати часу, с
Полірування	Тарілки	9
	Ложки столові або десертні	4
	Ложки чайні	3
	Ножі столові або закусочні	5
	Виделки столові або закусочні	5
	Келихи	12
	Чарки	10
	Фужери для шампанського	12
Витирання вологого посуду і полірування	Келихи	25
	Чарки	20
	Фужери для шампанського	25
Накривання столу	Скатертини	24
Сервірування столу	Чайні ложки	4
	Ножі	6
	Виделки	5
	Столові і десертні ложки	5
	Тарілки	5
	Чарки, келихи, фужери	9
	Серветки полотняні (залежно від форми складання)	6-18
Чищення і заповнення	Сільнички, перечниці	18

При визначенні кількості офіціантів, які беруть участь у подаванні страв і напоїв, використовують норми обслуговування. Наприклад, за існуючими **нормативами** на *офіційному* банкеті з повним обслуговуванням офіціантами один офіціант може обслужити **3-4 особи**, на *неофіційному* – **4-5 гостей**. При організації банкету за *столом із частковим обслуговуванням офіціантами* один офіціант

може обслужити **9-12 осіб, банкету-фуршету** переважно з частковим обслуговуванням офіціантами – **до 30 гостей**. Якщо під час банкету застосовується *комбінована форма* обслуговування (разом із подаванням страв і напоїв на стіл значну частину з них подають в обнос), то на одного офіціанта припадає **15-20 гостей**.

**Чисельність кухарів-роздавальників**, які порціонують, оформляють і відпускають готові страви і напої, визначають за формулою

$$N_{\text{кух.}} = t \times m / T, \quad (3)$$

де  $t$  – час для відпускання однієї страви, с;  $m$  – кількість страв, порцій;  $T$  – інтервал часу, передбачений для відпускання страв, хв.

Напередодні банкету метрдотель (хостес) інструктує офіціантів, повідомляючи, хто і на честь кого або якої події влаштовує банкет, знайомить із планом розставлення столів, кількістю гостей за кожним із них і планом їх розміщення, повідомляє меню страв і напоїв, особливості сервірування банкетного столу.

### **13.4. Організація обслуговування різних видів банкетів**

#### **13.4.1. Банкет-фуршет**

Слово «*фурше*» французького походження, і в перекладі означає «*виделка*». Організують такий вид банкету, коли за невеликий проміжок часу необхідно нагодувати в невеликому приміщенні значну кількість гостей (закусочний, десертний). Його використовують для учасників симпозіумів, з'їздів, конференцій, конгресів (банкет-фуршет-прийом, банкет-фуршет, закусочний фуршет).

#### **Особливості банкету-фуршету:**

- гості їдять і п'ють стоячи біля столів, до яких не приставляють стільці;
- в меню представлений широкий асортимент холодних страв і закусок, гарячих закусок, десертів і гарячих напоїв;
- закуски подаються невеликими порціями – «під виделку», щоб їх можна було їсти без допомоги ножа. Іноді в меню включають другі страви невеликими порціями і дрібно нарізаними, для споживання яких використовують тільки виделку чи спеціальну шпильку;
- можна обслужити в 4-5 разів більше гостей, ніж на банкеті за столом, за однакової площі залу;
- **тривалість банкету 1,5-2 год;**
- використовують столи вищі від звичайних (0,9-1,1 м), завширшки – 1,2-1,5 м. Розраховуючи довжину і кількість столів, дотримуються норми – 15-20 см (до 40 см) на одного гостя при

двобічному використанні столу (гості стоять за столом з двох боків). При одnobічному сервіруванні норма відповідно зменшується. *Довжина столу* для зручності обслуговування *не повинна перевищувати 10 м*. Для цього використовують фуршетні столи, з яких можна компонувати святковий стіл різного розміру та форми. Їх розміщують в один ряд, кількома рядами або у вигляді кола, еліпса, квадрата з округленням кутів, а також літер Т, П, Ш тощо.

*Центральне*, найбільш зручне місце в залі виділяється *почесним гостям*. Столи не повинні загороджувати основний або службовий вхід до залу. Їх не варто встановлювати ближче ніж на 1,5 м від стіни, щоб забезпечити вільне пересування гостей і офіціантів. Стіл для почесних гостей (при розставлянні столів у вигляді літер Т, П, Ш) встановлюють на відстані 1-1,5 м від інших столів.

Крім основних фуршетних столів, у залі в зручних місцях (переважно біля стін) ставлять *додаткові* – круглої, квадратної або прямокутної форми, де гості можуть їсти і пити або ставити на них використані тарілки, чарки, келихи тощо. У банкетному залі можна передбачити невеликі столи (приблизно на 6 осіб) з кріслами для гостей, яким важко споживати їжу стоячи. Попри це, біля стін встановлюють підсобні столи для запасних тарілок, наборів, чарок, серветок.

Накривають фуршетні столи спеціальними банкетними скатертинами або скатертинами-спідницями. Нижній край скатертини повинен бути на одному рівні від підлоги.

Для сервірування столу використовують **столовий посуд і набори**, загальна кількість яких залежить від кількості гостей і **нормативу на одну особу**:

- тарілки закусочні – 1,5-2 шт.;
- виделки десертні – 0,5-0,75 шт.;
- тарілки пиріжкові – 0,5-0,75 шт.;
- фужери – 0,75-1 шт.;
- ножі закусочні – 0,5 шт.;
- склянки для соків – 0,25-0,5 шт.;
- ножі десертні – 0,25 шт.;
- чарки – 2-2,5 шт.;
- виделки закусочні – 0,75-1 шт.

Сервірування фуршетних столів розпочинають із розставлення скляного або кришталевого посуду. Залежно від напоїв, які подаватимуться на банкеті, стіл сервірують різними видами чарок і келихів, за винятком бокалів для ігристих вин і пива, лікерних і

коньячних чарок. Вазы з фруктами і квітами, а також вина ставлять біля чарок, воду і пиво – поряд із келихами. Страви і закуски розміщують перед чарками.

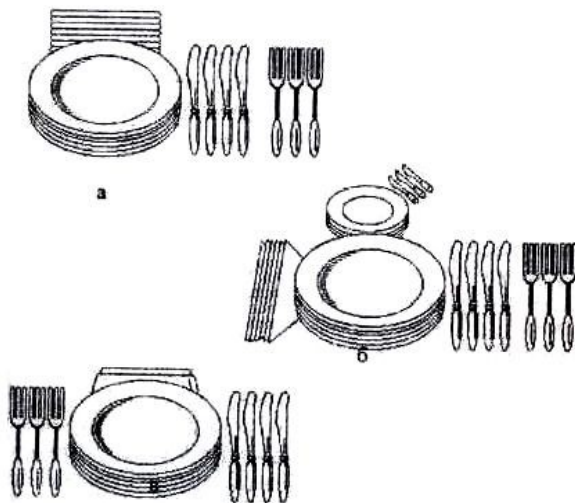


Рис. 13.2. Розставлення тарілок і столового приладдя на банкеті-фуршеті

На відстані 1-1,5 м уздовж краю столу ставлять *закусочні тарілки* стопками по 6-10 шт. (див. рис. 13.2). Зліва від них кладуть *закусочні виделки*, справа – *закусочні ножі*. Столове приладдя можна розмістити справа – *ножі*, а за ними *виделки*. *Виделок має бути вдвічі більше, ніж ножів*. Над *закусочними* можуть бути встановлені *стопками по 4-6 шт. піріжкові тарілки*. Поруч із ними справа розміщують *фруктові ножі* і *виделки*.

*Способи розстановки напоїв* на столі при обслуговуванні банкету-фуршету залежать від розстановки скляного посуду. Всі напої попередньо охолоджують, окрім червоних вин і коньяків. Соки натуральні можна поставити як у пляшках, так і у глечиках, а квас, пиво, води – в закритих пляшках.

Після того, як розкладені фрукти, квіти і напої, але *не раніше ніж за 0,5 год до початку банкету*, на столі розміщують *закуски, соуси, хліб*. При розставленні закусок спочатку ставлять ті, що не втрачають своїх смакових якостей і зовнішнього вигляду під впливом кімнатної температури (рибні, м'ясні копченості, гастрономію, соління). Наприкінці, перед приходом гостей, ставлять ікру, масло, закуски під

майонезом, сметаною, заливні страви. Спочатку розставляють великі тарелі із закусками, чергуючи їх за видами, а потім – менші.

Значну частину закусок подають на порцелянових тацях. Овальні – ставлять під кутом 30-40° до осі столу. Закуски у вазах, салатниках розміщують ближче до центру стола, а в низькому посуді – ближче до краю, залишаючи відстань 25-30 см від краю стола, щоб гості могли поставити закусочні тарілки і чарки. На кожній таці обов'язково повинно бути приладдя для перекладання.

Досить часто на банкетах-фуршетях подають другі гарячі страви, викладені гіркою на овальному або круглому тарелі. Зверху кладуть пластмасові, дерев'яні виделочки або шпильки.

Після гарячих страв подають десерт, до якого рекомендують ігристі вина, якими наповнюють келихи на 2/3 об'єму. Пропонують їх, як і інші напої, з підносів. Завершується обслуговування банкету-фуршету подаванням кави. У цей час можна подати коньяк.

**Банкет-фуршет-десерт** має багато спільного з банкетом-фуршетом. Проте його організують переважно як доповнення до основного банкету. До меню включають різноманітний асортимент фруктів, кондитерських виробів (торти, тістечка, цукерки, печиво), морозиво, гарячі і холодні напої, соки, десертні та ігристі вина, коньяк, лікер, а також 2-3 види бутербродів.

#### 13.4.2. Банкет-коктейль

Цей вид банкету економічний, не потребує великої різноманітності і кількості меблів, посуду, приладдя, столової білизни. Організують його: у вихідні дні в період роботи конференцій, симпозіумів та інших подібних заходів; під час зустрічей з відомими зарубіжними державними, господарськими діячами чи діячами культури, при ділових зустрічах з місцевими керівниками; у всіх офіційних випадках, коли необхідно подати легку закуску перед офіційним обідом.

Розрізняють кілька **варіантів** цього банкету: банкет-коктейль, банкет-коктейль-фуршет, банкет-паті.

##### **Особливості банкету-коктейлю:**

- в залі банкетних столів не ставлять, а обмежуються невеликими окремими столами, розставленими в зручних місцях залу (біля стін, колон, у нішах);
- тарілки і столові набори індивідуального використання не застосовують: усі закуски на тарелях, а також напої в чарках і келихах на таці пропонують гостям офіціанти; замість виделок гості користуються спеціальними пластмасовими або дерев'яними шпажками;



- фужери, келихи та інший скляний посуд підбирають з урахуванням кількості учасників банкету та асортименту напоїв;
- асортимент напоїв різноманітний: горілка, настоянка, коньяк, лікер, вина, соки, води, коктейлі, ігристі тощо. Близькі за кольором, але різні напої, налиті в однаковий посуд, краще ставити на різні таці;
- поряд із банкетним залом має бути підсобне приміщення для приготування закусок, розливання та відпускання напоїв, миття посуду;
- чисельність обслуговуючого персоналу визначають з розрахунку 10-15 запрошених на одного офіціанта.

Найзручнішими для обнесення гостей закусками на банкеті-коктейлі є круглі таці. Кількість заздалегідь приготованих тарелів із закусками повинна в 2-3 рази перевищувати кількість офіціантів, що подають їх гостям.

*Поява перших гостей* в залі банкету є для офіціантів *сигналом до початку обслуговування*. Залежно від кількості людей, які перебувають у залі до початку обслуговування, всі чи частина офіціантів виходять із підсобного приміщення, тримаючи підноси і тарелі на лівій руці на рівні ліктя, підходять до гостей і пропонують їм напої та закуски.

Подаючи напої, офіціант постійно повинен спостерігати за тим, які з них користуються найбільшим попитом серед гостей, повідомляти про це бармена і ставити їх на піднос у більшій кількості. В парі з офіціантом, що розносить напої, працює інший, який пропонує гостям закуски.

Гостей обносять напоями і закусками з моменту появи першого гостя в банкетній залі і до останнього. При обслуговуванні банкету з великою кількістю учасників робота офіціантів має бути злагодженою, щоб усім гостям незалежно від їхнього місцезнаходження в залі, напої і закуски подавалися рівномірно.

**Банкет-коктейль-фуршет** – це змішаний банкет, в якому застосовуються форми обслуговування, властиві банкету-коктейлю та банкету-фуршету. Для його організації потрібні **два зали**: у першому – збираються гості і впродовж 30-45 хв їм пропонують напої, як на банкеті-коктейлі, а також канапе, воловани, розтягаї, пиріжки, таралетки, у другому – ставлять фуршетні столи з холодними, гарячими, солодкими стравами, фруктами, хлібом. Для напоїв у залі або підсобному приміщенні встановлюють один або кілька буфетів-барів.

**Коктейль-паті** організують у вечірні години, триває він 1,5-2 год. Його особливість полягає в тому, що гості почувуються невимушено, більш демократично, ніж при проведенні інших видів банкетів цієї

групи. Їх не зобов'язують прибути в точно призначений час. На розсуд господаря або організатора заходу їм подають різноманітні напої та закуски. Під час коктейлю-паті переважно подають канапе й сандвічі.

### **13.4.3. Банкет-прийом за типом «шведського столу»**

Цей банкет має особливості, характерні для банкету-фуршету. Відмінність у тому, що учасникам банкету-прийому надається можливість вибрати не тільки холодні, а й гарячі та солодкі страви, які виставляються на банкетному столі. Температуру гарячих страв підтримують за допомогою пристосувань для підігрівання (таганка, марміту тощо). Для деяких холодних страв використовують підставки з льодом.

На кожні 50-100 осіб у залі встановлюють фуршетний стіл, на якому виставляють усі страви або спочатку холодні страви і закуски, потім – гарячі й останніми – солодкі. Перед подаванням солодких страв і фруктів зі столу забирають усе зайве. Усього **до меню включають 10-15 найменувань закусок, гарячих і солодких страв.**

Продукцію на банкетний стіл подають у тарелях круглої або овальної форми, салатниках, вазах, деякі вироби – цілими (відварний язик, ростбіф) на дерев'яних дошках, частково нарізаними тонкими скибками. Біля дошки кладуть добре заточений ніж, яким гості можуть відрізати певну кількість продуктів.

На банкетному столі або підсобних столах, розміщених поруч із банкетним, стопками ставлять тарілки і кладуть столові набори (по 2 шт. кожного виду на одного гостя). Краще використовувати столові мілкі тарілки, на яких гостям зручніше розмістити декілька видів закусок, вибраних на банкетному столі.

Напої не ставлять на банкетний стіл. Для цього є буфет-бар, який встановлюють у банкетному залі або в залі для збору гостей, де гості самі беруть напої. Частина їх розносять офіціанти на тацях, для комплектації яких у підсобному приміщенні рекомендується передбачити ще один буфет-бар.

Якщо банкет триває більше години, то в залі встановлюють декілька невеликих столів (закусочних) висотою 90-100 см, які сервірують наборами для спецій, паперовими серветками в серветницях, вазочками з квітами. Біля цих столів гості їдять стоячи.

Коли ж тривалість банкету не менше 2-х годин і кількість учасників не перевищує 50 осіб, то в залі встановлюють столи на 4-6 персон з місцями для сидіння. Загальна їх кількість має дорівнювати кількості учасників банкету. Столи накривають скатертинами зі спуском 25-30 см

і сервірують піріжковими тарілками, столовими або закусочними ножем і виделкою, фужером, чарками для вина і горілки, келихом для шампанського, полотняними серветками, наборами для спецій, вазочками з квітами.

#### **13.4.4. Банкет за столом із повним обслуговуванням офіціантами**

При організації банкетів за столом кількість місць має строго відповідати кількості запрошених. Ці банкети є **офіційними** і називаються **прийомами**. Найчастіше *прийоми влаштовуються на 50 осіб, рідше – на 100*.

##### **Повне обслуговування передбачає:**

- відсутність на столі будь-яких страв і напоїв, оскільки їх швидко подають офіціанти;
- тривалість такого банкету може становити **від 1 до 2 годин**;
- в обслуговуванні бере участь значна кількість офіціантів високої кваліфікації;
- до меню включають порівняно невелику кількість холодних страв і закусок, одну гарячу закуску, для банкету-обіду – першу страву, одну-дві другі страви, солодкі страви, фрукти, напої.

Для проведення банкету встановлюють банкетні столи, стільці, крісла або напівкрісла (з невисокими спинками). При визначенні загальної довжини столу враховують, що *на одного гостя* потрібно передбачити *70-80 см столу*, в окремих випадках – *до 100 см*.

Усі предмети на столі розміщують, дотримуючись основних правил сервірування і естетичних вимог. При проведенні банкету за столом із повним обслуговуванням офіціантами **застосовують повне сервірування**: використовують підтарільники, закусочні і піріжкові тарілки, виделки і ножі – столові, рибні, закусочні, столову ложку (для банкету-обіду), десертні набори – ніж, виделку, ложку.

Кількість посуду індивідуального користування відповідає кількості гостей з певним запасом на можливу заміну. Кількість скляного посуду залежить від асортименту напоїв і може досягати шести найменувань. Усі предмети розміщують на столі до приходу гостей. На стіл ставлять також спеції (сіль і перець), причому сіль – зліва, перець – справа.

До столового набору кожного учасника банкету зліва за піріжковою тарілкою кладуть *картку-меню* із зазначенням порядку подавання страв і напоїв. Якщо на банкеті присутня *іноземна делегація*, меню друкують *двома мовами* (для гостей і господарів).

Правіше від картки-меню (над закусочною тарілкою) до столового набору кожного гостя (відповідно до плану розміщення гостей)

кладуть картку із зазначеними прізвищем, ініціалами, а іноді й званням запрошеного.

При доборі багатопорційного посуду для проведення банкету з повним обслуговуванням офіціантами враховують, з одного боку, асортимент і кількість страв, з іншого – кількість офіціантів, які здійснюють їх подавання в обнос. *Кількість посуду визначають із розрахунку кількості офіціантів, які подають страви і закуски.* Кількість наборів для розкладання відповідає кількості багатопорційного посуду.

При організації банкетів належну увагу приділяють розміщенню його учасників за столом, а отже, і черговості їх обслуговування. Старшинство між учасниками офіційного банкету-прийому визначають на підставі службового становища. На неофіційних банкетах при розміщенні гостей за столом беруть до уваги традиційне, сімейне старшинство або певні обставини. Чоловіку і дружині прийнято пропонувати місця в різних кінцях столу (але не один напроти одного). Якщо ж гості займають декілька столів, то чоловікам і жінкам можна запропонувати місця за різними столами. Виняток – наречений і наречена, господар і господиня – організатори свята.

Для проведення банкету за столом може бути передбачене приміщення для збору гостей і приміщення, де подаватимуть десерт і гарячі напої. *У залі, призначеному для збору гостей (аванзал), упродовж 15-40 хвилин передбачається подавання аперитиву (коктейлів, міцних і напівсолодких вин, соків, а в спекотний період, крім того, води).* Всі напої і закуски пропонують офіціанти. Виняток – горішки, смажена картопля і т. ін., які можуть бути заздалегідь поставлені на столи в залі для збору гостей.

У цьому ж залі в зручному місці ставлять стіл, на якому знаходиться *план розміщення гостей за банкетним столом.* Кожен учасник може ознайомитися з ним заздалегідь.

*Кількість офіціантів під час обслуговування залежить від асортименту страв, включених до меню, і кількості гостей.* При обслуговуванні офіційних прийомів на вищому рівні в парі з офіціантом, який подає страви, працює другий офіціант, який подає напої для 6-8 гостей. **Три офіціанти можуть обслуговувати 12-16 осіб:** два подають страви, один – напої. Якщо страва складна, то один подає основний продукт, другий – гарнір і соус.

При обслуговуванні можливі різні варіанти розподілу обов'язків: в одному випадку, за кожним офіціантом закріплюється якийсь один вид

операцій, в іншому – офіціанти виконують різнорідні операції, зумовлені технологією процесу обслуговування. Наприклад, перший офіціант подає напої, другий – закуски, потім перший збирає використаний посуд, другий готує чистий і услід за першим розставляє його на столі.

**Загальний час подавання** страв, напоїв, заміни столового посуду і столових наборів при проведенні банкету за столом із повним обслуговуванням офіціантами, **не повинен перевищувати 45-50 хв.**

При подаванні страв в індивідуальних тарілках офіціант підходить до гостя справа і правою рукою ставить перед ним тарілку. При подаванні страв в обнос до гостя підходять зліва і правою рукою за допомогою спеціальних наборів перекладають виріб на його тарілку. Використаний посуд і набори забирають як з правого, так і з лівого боку відповідно правою або лівою рукою. Напої гостям зазвичай наливають правою рукою справа. Працюють синхронно. Офіціанти, які подають страви і напої у різних секторах, повинні закінчити обслуговування одночасно.

#### **13.4.5. Банкет за столом із частковим обслуговуванням офіціантами**

Банкет за столом із частковим обслуговуванням офіціантами має *товариський або сімейний характер і є найбільш поширеним.*

Столи при проведенні цього банкету розставляють, як і на банкеті з повним обслуговуванням офіціантами. *Кількість же предметів сервірування зменшується.* Стіл можна сервірувати без підтарільника, тобто для кожного гостя ставлять лише закусочну і піріжкову тарілки, два набори – закусочний і столовий ніж та виделку, фужер, чарки для вина і горілки. Десертні набори краще подати разом із десертом. *На середину столу ставлять холодні страви і закуски, алкогольні та безалкогольні напої.* Столи прикрашають квітами у вазах і вазами, наповненими фруктами. На банкетних столах їх рекомендується розставляти симетрично.

Підбираючи багатопорційний посуд для проведення банкету з частковим обслуговуванням офіціантами, враховують кількість порцій замовлених страв і довжину столу.

*Стіл умовно можна поділити на секції довжиною приблизно 2-2,5 м.* На кожній із них *асортимент закусок має повторюватися для 6-10 гостей.* Це дозволяє кожному, хто сидить за столом, не звертаючись по допомогу до офіціанта, взяти будь-яку закуску.

*До меню цього банкету включають різноманітний асортимент холодних страв і закусок, які замовляють по 1/2 порції на кожного учасника, а іноді й менше.* Гостям можуть бути запропоновані гарячі

закуси і другі страви (1-2 найменування). Меню банкету-обіду містить першу страву. На завершення подають солодкі страви, фрукти, гарячі напої, кондитерські вироби.

Залежно від місцевих умов, за 0,5-1,5 години до початку банкету на стіл ставлять страви і закуски. Якщо в залі встановлено декілька столів, то метрдотель (хостес) розраховує, яка кількість страв, буфетної продукції і напоїв має бути на кожному столі, і повідомляє офіціантам план їх розставляння.

Страви у високому посуді ставлять ближче до центру столу, у низькому – ближче до предметів сервірування. Страви із риби, м'яса, овочів необхідно чергувати. Застосування посуду різної форми (овальних і круглих тарелів, круглих і чотирикутних салатників) дозволяє ощадливо використовувати поверхню столу.

Після закусок на вільних місцях рівномірно розставляють пляшки з напоями, які мають бути звернені етикетками у бік гостей.

**Офіціанти стежать за порядком на столі**, забирають використані набори і тарілки, ставлять перед гостями чисті, забирають зі столу багатопорційний посуд, що звільнився, і пляшки. *Заміна посуду здійснюється перед подаванням м'ясної закуски, першої, другої та солодкої страв.*

Перед подаванням солодких страв зі столу забирають усі зайві предмети, залишають лише фужери, келихи для ігристих вин, мадерні чарки, вази з фруктами. На середину столу ставлять торти, тістечка, цукерки. Стіл додатково сервірують десертними тарілками і наборами.

Завершують банкет подаванням гарячих напоїв (кави, чаю).

#### **13.4.6. Банкет-чай**

Банкет-чай організують у невеликих затишних залах, де встановлюють круглі й овальні столи, а за їх відсутності – квадратної або прямокутної форми, стільці, крісла, напівкрісла, іноді й дивани.

Коли кількість гостей більша восьми, можна накрити декілька окремих столиків (по 4-10 персон за кожним). Чайний стіл (столи) ставлять у центрі залу або розміщують з урахуванням його конфігурації. Якщо в залі ставлять декілька чайних столів, то між ними має бути забезпечений вільний прохід для гостей і офіціантів.

Столи накривають скатертинами та серветками ніжних кольорів і відтінків. Для банкету-чаю використовують гарний чайний посуд, десертні тарілки, десертні і фруктові набори, кришталеві чарки, келихи, розетки, вазочки для варення, вази для квітів, фруктів, кондитерських виробів.

**Чайний** (кавовий) **стіл** при організації банкету-чаю **сервірують** так: перед гостями ставлять десертні тарілки напроти місця кожного передбачуваного гостя або зліва від нього (15-20 см від краю столу). Серветку кладуть на тарілку або за тарілкою. Десертні набори кладуть біля десертної тарілки.

Стіл може бути сервірований мадерними, коньячними або лікерними чарками, у разі ювілею – келихами для шампанського, за склом кладуть фруктові набори. Тарілки для фруктів ставлять на стіл стопками по 4-6 штук.

*Чай на столі доливати не рекомендується.* Коли гість хоче випити ще чаю, його можна налити на підсобному столі, бажано в іншу чашку або в ту ж, якщо в ній немає лимона й осаду, і подати гостеві.

Банкет-чай **триває не більше 2-х годин**; кількість офіціантів визначається з *розрахунку 2 на 10 гостей*.

#### **13.4.7. Особливості обслуговування тематичних банкетів**

У закладах ресторанного господарства урочисто відзначають знаменні події в житті країни, міжнародні свята (8 Березня, Новий рік тощо), ювілейні дати в житті окремих колективів, презентації, вшановують працівників різних галузей, діячів мистецтва, культури, організують весільні вечори, сімейні свята.

Кожен із цих заходів має свої відмінності щодо оформлення залу, сервірування столів, вибору страв і напоїв, упорядкування музичної програми тощо.

Особливості свята підкреслюються різними **виразними засобами**: підбором столової білизни такої колірної гами, яка найкраще розкриває його тему, оформленням святкового хліба або торта, декоративними свічниками, дво-, триярусними металевими вазами, наборами для спецій, вазами для квітів, оригінальними композиціями з квітів і зелені, іншими декоративними предметами, що відповідають даному святу. Особливості банкету виявляються також у виборі страв і напоїв.

При прийманні замовлення відвідувачів ознайомлюють із меню. Після оплати вартості замовлення видають яскраво оформлені запрошення із зазначенням номера столу, часу початку урочистого вечора. Зустрічаючи відвідувачів, метрдотель і офіціант вітають їх зі святом, пропонують місця за столом.

Упродовж вечора гості можуть додатково замовити страви і напої, за які розраховуються з офіціантом наприкінці свята.

Урочистий вечір проводиться як банкет за столом із повним або частковим обслуговуванням офіціантами.

Якщо серед запрошених знаходяться представники іноземних держав, запрошення, картки із зазначенням розміщення гостей за столом і меню пишуть українською й іноземною мовами. При упорядкуванні меню враховують національні смаки та традиції. Навпроти місць для почесних гостей ставлять прапорці тих країн, з яких вони прибули.

Обслуговування **новорічного свята** здійснюється за попереднім замовленням. У ресторані розробляється план розміщення столів, порядок обслуговування гостей. У квитках вказується номер столу. Столи розраховані на 4-12 персон.

Зал прикрашають, використовуючи гірлянди, невеликі іграшки, світлові ефекти. Ялинку встановлюють у залі, вестибюлі чи аванзалі. Столи накривають білими або кольоровими скатертинами. При оформленні святкового столу можна використати гілочки ялинки, горіхи, цукерки, свічки.

Свято проводиться як банкет із частковим обслуговуванням офіціантами. Меню для всіх учасників складається одне, з урахуванням тривалого перебування їх у ресторані (з 23 год 31 грудня до 4-5 год 1 січня). До меню включають декілька холодних закусок, які до приходу гостей ставлять на стіл, одну-дві гарячі страви, солодкі страви, фрукти, горіхи, гарячі напої, кондитерські вироби. Передбачається також подавання страв та інших продуктів за замовленням.

Напої підбирають відповідно до страв, обов'язково включаючи шампанське. Незадовго до півночі офіціанти відкорковують охолоджене шампанське. Гості можуть самостійно наливати його в келихи або, за їх бажанням, – офіціанти.

Для організації **весільного банкету** бажано мати два-три приміщення: одне – для зустрічі і збору гостей, а потім і для танців, друге – для банкетного столу, третє – для десертного. Збір гостей і весілля можуть проходити і в одному великому залі, у якому банкетний стіл ставлять так, щоб при вході залишалося місце для збору гостей і танців. Якщо немає залу для десертного столу, то солодкі страви і гарячі напої подають за загальним весільним столом.

Залежно від кількості учасників столи ставлять в одну лінію або у вигляді літер Т, П, Ш (див. рис. 13.3). Якщо ж довжина столу понад 10 м, застосовується розосереджена система їх розміщення, при якій передбачаються проходи між головним та рештою столів. Проходами розділяють також довгі столи, розміщені перпендикулярно до столу почесних гостей.



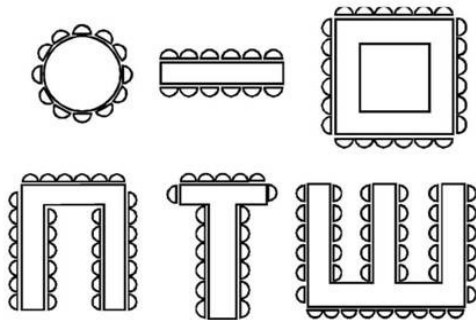


Рис. 13.3. Приклади розміщення гостей на банкеті.

Столи накривають білими скатертинами. Якщо вони стоять у вигляді літери П, то скатертину на головному столі спускають до підлоги. До неї кріплять гірлянду із зелені та квітів. Залежно від традицій або тематики весілля, на стіл перед молодими можна покласти вишитий рушник, перегинаючи його і спускаючи кінці уздовж скатертини, на якому ставлять красиво оформлений коровай або хліб, яким батьки зустрічають молодих.

*Весільний банкет проводиться як банкет за столом із частковим обслуговуванням офіціантами*, тому стіл сервірують закусочними і пірижковими тарілками, наборами, серветками, двома видами чарок (для горілки і вина), келихами, а якщо шампанське наливають за столом, то й фужерами для шампанського.

Місця молодят виділяють особливим сервіруванням. Під закусочні тарілки можна поставити підтарільники, фужери для шампанського і келихи мають бути іншої форми і розміру. Серветки можна скласти віялом і вставити у фужер. Місця для молодого подружжя знаходяться посередині столу. Наречена сідає справа від нареченого. Сьогодні наречені можуть самостійно обирати тематику весілля, а звідси – оформлення ресторанного залу.

На *золотому* та *срібному весіллях* подружжя займає почесні місця. У подальшому гостей розсаджують так, щоб друзі мали перевагу перед родичами. Інші місця гості займають згідно із встановленими традиціями, віком тощо. На відміну від інших банкетів, на весіллі чоловіки і жінки сідають поряд.

Першими за весільний стіл сідають наречені. Шампанське можна подати за весільним столом: для цього офіціанти наповнюють фужери, що стоять на столі; можна встановити їх на таці, наповнити шампанським, принести в зал і розставити на столі. Останніми

наповнюють фужери нареченого, нареченої та їхніх батьків.

Через 1,5-2 години після початку банкету рекомендується зробити перерву на 35-40 хвилин. Під час перерви офіціанти збирають використаний посуд і столові набори, замінюють їх чистими і готують до подавання гарячі страви. Особливість цього банкету полягає в тому, що закуски і холодні страви можуть залишатися на столі до кінця.

Приблизно через 40-50 хв робиться друга перерва, під час якої офіціанти готують столи до десерту. Якщо солодкий стіл накритий в окремому залі, то після перерви гостей запрошують до цього залу. На закінчення банкету гостям подають гарячі напої (чай, каву) та кондитерські вироби.

**Хрещення.** Почесні місця відводяться батькам хрещеника (хрещениці). справа і зліва від них сидять хрещені батько й мати. Для такої події стіл сервірують з використанням певних декоративних елементів: кольору залежно від статі новонародженого, дитячого черевичка з фарфору, ніжних квітів, свічок тощо.

**Повноліття.** Почесне місце займає іменинник. Поряд з ним сидять хрещені, потім батьки, родичі, друзі. Особливість і святковість в цьому випадку також підкреслюються за допомогою кольорової гами, вибору улюблених квітів та страв того, хто став повнолітнім.

### **Запитання та завдання для самоперевірки**

1. *Дайте визначення поняття «банкет». Як поділяють банкети залежно від подій, з нагоди яких їх організують?*

2. *Назвіть та коротко охарактеризуйте види банкетів залежно від різних класифікаційних ознак.*

3. *Охарактеризуйте порядок приймання замовлення. Які деталі свята узгоджуються з замовником? Назвіть документи, які заповнюються при організації банкету.*

4. *Які види оплати використовують на підприємствах ресторанного господарства при організації банкету?*

5. *Опишіть процес підготовки до проведення банкету. Які нормативи застосовують при розставлянні столів у ресторанному залі, готуючись до проведення банкету?*

6. *Як визначають кількість офіціантів та інших працівників, залучених до обслуговування на банкеті?*

7. *Охарактеризуйте особливості організації банкету-фуршету. Назвіть його відмінні від інших видів банкетів риси.*

8. *В яких випадках доцільно організувати банкет-коктейль? Дайте характеристику цього виду банкету. Чим відрізняється банкет-коктейль від банкету-фуршету?*

9. *Назвіть відмінні риси банкету-коктейлю-фуршету.*

10. *Розкрийте сутність «коктейлю-пати». В чому його родзинка?*

11. Розкрийте принципи організації банкету за столом із повним обслуговуванням офіціантами. В чому проявляються особливості сервірування столів та складання меню на таких банкетах?

12. Дайте характеристику організації банкету за столом із частковим обслуговуванням офіціантами.

13. Назвіть функції, які виконують офіціанти на банкетах із повним і частковим обслуговуванням.

14. Охарактеризуйте особливості організації банкету-чаю. В яких випадках організують такий вид банкету?

15. Розкрийте особливості обслуговування тематичних банкетів.

### Тести для самоконтролю

1. Залежно від подій, з нагоди яких організують банкети, їх поділяють на:
  - а) урочисті і повсякденні;
  - б) офіційні та неофіційні;
  - б) звичайні та особливі;
  - г) сімейні і корпоративні.
2. Приводом для офіційного банкету можуть бути \_\_\_\_\_.
  - а) прийом глави уряду, дипломатичних представників, ювілейне торжество, національне свято тощо;
  - б) сімейне свято, товариська зустріч, традиційне свято та ін.;
  - в) день народження, христини, весілля, творчі вечори, святкові вечірки.
3. Приводом для неофіційного банкету можуть бути \_\_\_\_\_.
  - а) прийом глави уряду, дипломатичних представників, ювілейне торжество, національне свято тощо;
  - б) сімейне свято, товариська зустріч, традиційне свято та ін.;
  - в) перерви під час проведення конференцій, симпозіумів, з'їздів.
4. За участю персоналу в обслуговуванні банкети поділяються на:
  - а) банкети з повним або частковим обслуговуванням офіціантами;
  - б) банкети з обслуговуванням офіціантами та самообслуговування;
  - в) банкети за столом і під столом;
  - г) банкети з обслуговуванням офіціантами або буфетниками.
5. За асортиментом страв і напоїв банкети поділяють на \_\_\_\_\_.
  - а) універсальні і спеціалізовані;
  - б) банкети з обмеженим і повним асортиментом страв;
  - в) банкети зі стравами національних чи європейських кухонь.
6. Універсальними вважаються банкети:
  - а) банкет-фуршет, банкет-коктейль, банкет-буфет, банкет-чай;
  - б) за типом «шведського столу»;
  - в) за столом з повним або частковим обслуговуванням офіціантами;
  - г) прийоми «бокал вина», «бокал шампанського», барбекю, журфікс, раут.
7. Спеціалізованими вважаються банкети:
  - а) банкет-фуршет, банкет-коктейль, банкет-буфет, банкет-чай;
  - б) за типом «шведського столу»;
  - в) за столом з повним або частковим обслуговуванням офіціантами;
  - г) прийоми «бокал вина», «бокал шампанського», барбекю, журфікс, раут.

8. *Організація банкету має три стадії:*
- зустріч гостей, організація аперитиву, проведення самого банкету;
  - прийом замовлення, підготовка до проведення банкету й обслуговування;
  - підготовка залу до банкету, приготування страв, обслуговування гостей;
  - бронювання століків, узгодження меню, виконання замовлення.
9. *Із замовником банкету попередньо НЕ погоджують:*
- дату обслуговування і кількість учасників;
  - місце проведення та оформлення залу;
  - початок і закінчення обслуговування;
  - форму обслуговування та зовнішній вигляд офіціантів;
  - попередню вартість і порядок розрахунку.
10. *Залежно від кількості запрошених розрізняють \_\_\_\_\_ форми розміщення гостей за банкетними столами.*
- зосереджену і розосереджену;
  - концентричну і лінійну;
  - сидячи за столами і стоячи біля столів;
  - компактну і вільну.
11. *Ширина банкетних столів відрізняється від звичайних і становить:*
- 90-100 см;
  - 120-150 см;
  - 100-110 см;
  - 70-90 см.
12. *За існуючими нормативами, на неофіційному банкеті з повним обслуговуванням офіціантами один офіціант може обслужити ...*
- 3-4 особи;
  - 4-5 осіб;
  - 9-12 осіб;
  - до 30 осіб.
13. *За існуючими нормативами, на банкеті за столом із частковим обслуговуванням офіціантами один офіціант може обслужити ...*
- 3-4 особи;
  - 4-5 осіб;
  - 9-12 осіб;
  - до 30 осіб.
14. *При розрахунку чисельності офіціантів, які готують стіл до банкету, використовують формулу*
- $N_{\text{оф}} = t \cdot n / 600T$ ;
  - $N_{\text{оф}} = N / N_t$ ;
  - $N_{\text{оф}} = t \cdot n / 3600T$ ;
  - $N_{\text{оф}} = N \times N_t$ .
15. *При розрахунку кількості офіціантів, які беруть участь у подаванні страв і напоїв під час банкету, використовують формулу*
- $N_{\text{оф}} = t \cdot n / 600T$ ;
  - $N_{\text{оф}} = N / N_t$ ;
  - $N_{\text{оф}} = t \cdot n / 3600T$ ;
  - $N_{\text{оф}} = N \times N_t$ .
16. *Тривалість банкету-фуршету становить ...*
- 1 год;
  - 45 хв;
  - 1,5-2 год;
  - 30 хв.
17. *Особливістю банкету-фуршету є те, що \_\_\_\_\_.*
- гості їдять і п'ють стоячи;
  - всі закуски і напої подаються офіціантами;
  - гості самостійно обирають страви, а потім сідають за столи;
  - він організовується строго за протоколом.
18. *Банкет-фуршет організовують у випадках, коли ...*
- потрібно відсвяткувати якусь незначну подію;
  - за невеликий проміжок часу необхідно нагодувати в невеликому приміщенні значну кількість гостей;
  - необхідно подати легку закуску перед офіційним обідом.

19. *Банкет-коктейль організують \_\_\_\_\_.*
- а) у всіх офіційних та неофіційних випадках, коли необхідно подати легку закуску перед офіційним обідом;
  - б) у випадках, коли за невеликий проміжок часу необхідно нагодувати в невеликому приміщенні значну кількість гостей;
  - в) при прийомі урядових делегацій, коли все відбувається за протоколом.
- 20\*. *Особливостями банкету-коктейлю є те, що (3 правильні відповіді):*
- а) всі закуски і напої в чарках і келихах на тацях пропонують офіціанти;
  - б) офіціанти подають різноманітні коктейлі;
  - в) в залі банкетних столів не ставлять;
  - г) тарілки і столові набори індивідуального використання не застосовують;
  - д) столи сервіруються банкетними скатертинами.
21. *Сигналом для початку обслуговування на банкеті-коктейлі слугує:*
- а) прохання замовника банкету;
  - б) поява перших гостей у залі;
  - в) перші музичні акорди;
  - г) наявність більшої половини гостей у залі.
- 22\*. *Особливостями банкету-прийому за типом «шведського столу» є \_\_\_\_ (2 правильні відповіді):*
- а) тарілки і столові набори кладуть на столи із розрахунку по 2 шт. кожного виду на одного гостя;
  - б) гості п'ють і їдять стоячи;
  - в) до меню включають 10-15 найменувань закусок, гарячих і солодких страв;
  - г) тарілки і столові набори індивідуального використання не застосовують;
  - д) напої виставляють на банкетний стіл.
23. *Повне обслуговування передбачає \_\_\_\_\_.*
- а) велику кількість страв і закусок складного приготування;
  - б) відсутність на столі будь-яких страв і напоїв, оскільки їх подають офіціанти;
  - в) сервірування в залі окремих столиків на 4-6 персон;
  - г) наявність на столах усіх холодних закусок і страв до початку банкету.
24. *Загальний час подавання страв, напоїв, заміни столового посуду і столових наборів при проведенні банкету за столом із повним обслуговуванням офіціантами \_\_\_\_\_.*
- а) не повинен перевищувати 45-50 хв;
  - б) повинен становити 1 год;
  - в) коливається в межах 1-1,5 год;
  - г) становить 30 хв.
25. *Банкет за столом із частковим обслуговуванням офіціантами \_\_\_\_\_.*
- а) вважається офіційним і передбачає обслуговування згідно з протоколом;
  - б) передбачає відсутність на столі страв і напоїв, оскільки їх швидко подають офіціанти;
  - в) має товариський або сімейний характер і є найбільш поширеним;
  - г) передбачає подавання усіх страв і закусок офіціантами на тацях.
26. *Обов'язками офіціантів на банкеті з частковим обслуговуванням є:*
- а) подавання всіх страв і напоїв в обнос;

- б) доготування страв у присутності клієнтів;  
в) подавання чергових страв, прибирання і заміна використаного посуду;  
г) наливання напоїв у чарки і келихи клієнтів.
27. Тривалість банкету-чаю може становити \_\_\_\_\_.  
а) 1-1,5 год; б) 45 хв; в) не більше 1 год; г) не більше 2 год.
28. Кількість офіціантів, які обслуговують банкет-чай, обчислюється з розрахунку \_\_\_\_\_.  
а) 3 офіціанти на 10 осіб; б) 3 офіціанти на 12 осіб;  
в) 2 офіціанти на 10 осіб; г) 2 офіціанти на 15 осіб.
29. Весільний банкет найчастіше проводиться як \_\_\_\_\_.  
а) банкет за столом з частковим обслуговуванням;  
б) банкет за столом з повним обслуговуванням;  
в) банкет-коктейль;  
г) комбінований банкет.
30. В обслуговуванні гостей банкету-коктейлю бере участь бригада офіціантів, чисельність якої визначають з розрахунку ....  
а) 6-9 гостей на одного офіціанта;  
б) 8-10 запрошених на одного офіціанта;  
в) 10-15 запрошених на одного офіціанта.

#### **ТЕМА 14. ОСОБЛИВОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ ПРИЙОМІВ ЗА ПРОТОКОЛОМ**

- 14.1. Основні форми відносин за дипломатичним протоколом та їх характеристика.  
14.2. Особливості організації банкетів-прийомів.  
14.3. Підготовча робота із влаштування прийому.  
14.4. Складання меню для банкету-прийому.  
14.5. Особливості сервірування столу на банкеті-прийомі.  
14.6. Організація обслуговування гостей на банкетах-прийомах.

##### **14.1 Основні форми відносин за дипломатичним протоколом та їх характеристика**

Багатовіковий досвід розвитку міжнародних відносин дозволив затвердити найважливіші *правила* спілкування між представниками різних країн, що найбільш сконцентровано наведені в *дипломатичному протоколі й етикеті*. Особлива роль дипломатичного протоколу була пов'язана з тим, що багато років міжнародні відносини розвивалися на міждержавному рівні, де відступ від протоколу міг призвести до серйозних політичних наслідків.

**Дипломатичний протокол** – це сукупність правил, традицій і умовностей, які визнаються й дотримуються урядами країн та їхніми офіційними представниками.

Нині існують загально визнані протокольні правила та звичаї, якими керуються в усіх країнах, хоча в кожній державі існують особливості, зумовлені її історичними й національними традиціями. Базовим документом, що визначає відповідні норми та принципи в умовах сьогодення, є **Віденська конвенція про дипломатичні відносини**.

Серед основних форм відносин з іноземним дипломатичним корпусом є ділові зустрічі та візити, організація підготовки та обслуговування яких мають певні специфічні риси.

**Ділова зустріч** – це один з основних видів контактів. Вона організовується за ініціативи одного з учасників шляхом особистої домовленості при зустрічі, телефоном, шляхом листування тощо. Місцем зустрічі може бути приміщення когось із учасників зустрічі.

Оформлення столу, за яким відбуватиметься зустріч, потребує наявності блокнотів, олівців, ручок, мінеральної газованої чи негазованої води, келихів для води на лляній серветці або таці, накритій серветкою. Якщо ділова зустріч триває досить довго, то можуть подавати бутерброди, каву, чай. Обслуговування здійснюють офіціанти. Якщо зустріч влаштовується як гостьова (перший або останній візит), то можна запропонувати чай чи каву. У виняткових і особливо святкових випадках, коли сторони добре і давно знайомі, можна подати до кави коньяк або лікер.

Найпоширенішою формою ділового спілкування є **прийом** – важливий засіб спілкування і встановлення контактів між членами дипломатичного корпусу, представниками міністерств закордонних справ, урядовими, громадськими та діловими колами держави. Вони є також засобами отримання інформації, роз'яснень тощо.

Традиції проведення прийомів є символами миролюбності, добросердя, гостинності, честі держави і хлібосолюбності її народу.

У практиці дипломатичних представництв найпоширеніші прийоми для вшанування голів та членів уряду, діячів науки, культури, мистецтва, представників бізнес-еліти, а також повсякденні зустрічі дипломатів з метою розширення зв'язків між державами. У системі Державного протоколу України, що покликаний створити необхідні умови для діяльності глави держави у сфері зовнішніх відносин, особливе місце відводиться *протоколу дружини Президента як самостійної та повноправної учасниці міждержавного спілкування*.

**Основою** усіх протокольних **правил** є визнання принципу шани до дипломатичного представника тієї чи іншої держави та до офіційних осіб і установ тієї країни, в якій даний дипломатичний представник

акредитований.

Не прийнято влаштовувати прийоми в дні національного трауру або денний прийом із запрошенням гостей-мусульман у період Рамадану.

Класифікація дипломатичних прийомів здійснюється за різними ознаками і приводами влаштування (табл. 14.1).

Таблиця 14.1

*Класифікація дипломатичних прийомів*

Ознака	Привід влаштування
<i>Прийоми в ознаменування певних подій</i>	- національні свята власної держави; - важливі ювілейні дати та події, які святкуються всією державою; - ювілейні річниці підписання міжнародних і двосторонніх угод та домовленостей; - ювілейні річниці встановлення дипломатичних відносин.
<i>Прийоми на честь окремих осіб, делегацій</i>	- голови або членів уряду держави перебування; - видатних українських діячів науки, культури, спорту, мистецтва, представників ділової еліти; - делегацій своєї країни в країні акредитації; - іноземних делегацій сфери науки, культури, бізнесу, мистецтва, спорту тощо; - окремих ділових осіб.
<i>Прийоми як повсякденна дипломатична робота</i>	- зміцнення й розширення дипломатичних зв'язків; - роз'яснення зовнішньої та внутрішньої політики своєї країни тощо; - підписання міжнародних угод.

#### 14.2. Особливості організації банкетів-прийомів

Вид банкету-прийому обирається залежно від події, з нагоди якої його влаштовують, тому їх можна поділяти **за різними ознаками**:

- *за ступенем офіційності*: на офіційні, неофіційні;

- *за часом влаштування*: на денні, вечірні;

- *за формою розміщення гостей за столами*: на прийоми з розсаджуванням і без розсаджування.

Прийом вважається **офіційним**, якщо запрошені є виключно офіційними посадовими особами. Чоловіки приходять на прийом без дружин, а запрошені жінки (за умови займаної посади або офіційного становища) – без чоловіків.



**Сніданок**, на який чоловіки запрошені з дружинами, є **неофіційним**, незважаючи на кількість запрошених осіб. **Обіди**, на які запрошуються дружини голів дипломатичних представництв, можуть розглядатися як **офіційні**, оскільки вони розділяють зі своїми чоловіками офіційний статус (насправді, це правило має умовний характер). Офіційні запрошення осіб на прийом відрізняються від неофіційних за формою. На *офіційних запрошеннях* вказується титул (ранг) особи, яка запрошується, без зазначення імені. У тексті запрошення використовується мовна форма «має честь запросити».

У дипломатичному протоколі має місце розподіл прийомів на денні та вечірні. **Денні прийоми мають менш офіційний, але більш діловий характер**. Час їх влаштування – з 12.00 до 15.00. Денні прийоми поділяються на такі **види**: «Сніданок», «Діловий сніданок», «Келих шампанського», «Келих вина».

**Вечірні прийоми мають офіційніший та урочистіший характер**. Час проведення – з 16.00 до 23.00. Вони **поділяються** на: «Чай», «Коктейль», «Фуршет», «Обід», «Обід-буфет (шведський стіл)», «Вечеря».

У дипломатичній практиці також зустрічаються **інші види прийомів**, а саме: «Жур фікс», «Раут», «Літературно-художні вечори», «Прем'єри кіносеансів», «Вечори дружби», «Кулінарні вечори», «Зустрічі для гри в шахи, теніс, гольф та інші спортивні ігри», «Зустрічі чи проводи офіційних осіб в аеропортах», «Відвідування з візитом».

**Прийом-сніданок («Lunch»)** влаштовують з нагоди приїзду чи від'їзду послів, високих іноземних гостей, а також для підтримання контактів з іноземними дипломатичними представництвами. Починається прийом о 12.00 або 13.30 і триває до 15.00. *Тривалість прийому 1-1,5 години*, з них 30 хвилин гості проводять за кавою.

*Меню враховує національні традиції*. Зазвичай на сніданок подають 1-2 холодні закуски (рибну, м'ясну), одну гарячу закуску, одну або дві другі страви, десерт, каву, чай. Якщо початок прийому о 15.00, то в меню може бути суп. Перед ланчем подають аперитив (соки, охолоджені напої, пиво, квас, воду мінеральну та газовану, в тому числі з льодом (влітку). До страв подають білі та червоні сухі вина, до десерту – ігристі. Спосіб подавання страв – переважно французький (в обнос). Оскільки *сніданок* має *здебільшого діловий характер*, гості приходять без подружжя.

Особливість **ділового (робочого) сніданку («Business lunch»)** полягає в тому, що подають одну холодну і гарячу закуску та гарячу

другу страву. *Тривалість прийому – не більше 1-1,5 години.* На нього запрошується обмежена кількість гостей. Цей вид прийому влаштовується з нагоди прибуття делегацій з робочим візитом тощо.

**Прийом «Келих шампанського» («Couple de Champagne»)** влаштовують з нагоди національного свята, приїзду делегації, остаточного від'їзду посла тощо. Початок о 12-й год, *тривалість не більше години.* Під час прийому *подають* тільки шампанське, але можна окремо організувати бар чи пропонувати на тацях віскі, джин, горілку, вина, соки, мінеральну воду тощо. Як закуски подаються канапе, сандвічі, тарталетки або профітролі з різними наповнювачами, горішки солоні в асортименті, чіпси, фрукти, цитрусові та ін.

**Прийом «Келих вина» («Vin d'Honneur»)** нагадує попередній. Влаштовують його із нагоди відкриття виставок, фестивалів тощо. Із напоїв *пропонують* переважно вина, із *закусок* – сир, фрукти та закуски з них, маслини, оливки фаршировані, солоні горішки, канапе, сандвічі, тарталетки, воловани, профітролі з різними наповнювачами тощо. На цей і попередній прийоми можна запрошувати гостей із подружжям. Ці прийоми не потребують складної та тривалої підготовки; столів і стільців не розставляють, за винятком столів для тютюнових виробів та паління.

**Прийом «Чай» або «Кава» («Tea», «Coffee»)** зазвичай організовують тільки жінки для жінок. Наприклад, дружина міністра закордонних справ влаштовує «Чай» для дружин голів дипломатичних представництв, дружина президента – для дружини президента іншої країни тощо. Час проведення банкету-прийому – між 16.00 та 18.00. *Тривалість – не більше 1-1,5 години.* Може бути зосереджене чи розосереджене розміщення гостей за столами, що залежить від кількості запрошених (зазвичай запрошується 7-15 осіб).

*Меню прийому* обмежене і включає: легкі закуски, коктейлі-салати, канапе, сандвічі, десерт, кондитерські борошняні та цукрові вироби, піріжки з різними фаршами (за винятком м'ясного, рибного та з ліверу) в невеликій кількості, цукерки, шоколад в асортименті, східні ласощі, фрукти тощо. Чай чи каву в широкому асортименті подають із цукром (замінниками), вершками, молоком та іншими забілювачами, варенням, повидлом, джемом, конфітюром, лимоном, цитрусовими, цукатами. До страв подають десертні та сухі вина, іноді – шампанське.

**Прийом-фуршет («A la Furchette»)** дуже поширений, оскільки зручний для контактів: є можливість поспілкуватися з багатьма присутніми. Його влаштовують із нагоди національного свята,

презентації послів, ювілейних дат тощо. Особливістю є те, що він проходить без розсаджування за столами: гості їдять і п'ють стоячи. Зазвичай на фуршет запрошують, залежно від події, від 80 до 500 осіб. Час влаштування прийому-фуршету – між 17.00 та 20.00 годинами, в окремих особливо урочистих випадках початок призначається на 20.00 чи навіть пізніше. *Тривалість прийому зазвичай дві години, в деяких випадках може тривати довше.*

*Меню прийому-фуршету дуже різноманітне, до нього входять майже всі групи страв. Інколи на таких прийомах організують спеціалізовані столи з використанням певного настільного устаткування, посуду і наборів: для подавання аперитиву, сиру різних сортів; організують столи з асортиментом холодних страв і закусок, гарячих закусок і гарячих других страв, десертні, чайні, кавові, для чистого посуду і наборів; організують один чи декілька барів тощо. У цьому випадку необхідна наявність двох і більше приміщень.*

Перед початком прийому зазвичай організують подавання аперитиву: міцних і не дуже алкогольних напоїв, соків, мінеральної газованої та негазованої води, в т.ч. із льодом (у весняно-літній період).

**Прийом-коктейль («Cocktail»)** проводиться з 17.00 до 20.00. *Тривалість його – 1,5-2 години.* Особливістю організації даного прийому є те, що столи зі стравами та закусками взагалі не розставляють. Гості їдять та п'ють стоячи. Всі страви подаються офіціантами в обнос на тацях різної форми.

До меню можуть бути включені гарячі закуски в порційному посуді (кокильніцях, кокотницях), другі гарячі дрібнопорціоновані страви без гарніру, а також порціоновані фрукти та десертні страви. Алкогольні і змішані напої представлені в дуже широкому асортименті. Аперитив зазвичай не організовується.

**Прийом-обід («Dinner»)** – найпочесніший вид прийому, який влаштовується з розсаджуванням гостей за столами. Час влаштування прийому – 18.00-19.00 і пізніше.

*Меню прийому-обіду підпорядковується національним традиціям і зазвичай включає: 1-2 холодні закуски, одну гарячу закуску (рибну, м'ясну, з овочів чи грибів), суп, гарячу рибу, м'ясну страву або страву з птиці; десерт одного чи двох найменувань, каву, чай.*

В асортименті алкогольних напоїв: горілка, настоянки, херес, шампанське, коньяк, лікери, колекційні вина, столові білі та червоні вина. Перед початком прийому організують подавання аперитиву, до якого входять міцні алкогольні напої, шампанське (переважно

«Брют» або «Сухе»), натуральні соки. *Тривалість прийому-обіду складає 2-3 години*, в окремих випадках більше трьох годин. Під час обіду може бути невеликий концерт. За столом гості знаходяться годину, решту часу – у вітальні (одній чи двох), де їм подають чай, каву і відповідні алкогольні напої до них (коньяки, лікери тощо).

У деяких випадках одразу після обіду влаштовується *прийом-коктейль*. Тоді гості з основного залу переходять до іншого приміщення, де збираються запрошені тільки на коктейль. Як правило, це представники науки, культури, мистецтва, ділових кіл, засобів масової інформації. Такі прийоми мають назву **змішаних** і найчастіше влаштовуються у зв'язку з перебуванням високого гостя.

Відмінність **прийому-обіду-буфету («Dinner-Buffer»)** від попереднього полягає в тому, що можуть бути організовані один чи декілька столів (з відповідним настільним устаткуванням, посудом і наборами), на яких розміщуються страви за їх групами, наприклад, столи з холодними стравами й закусками, гарячими закусками, десертними стравами тощо, бар для алкогольних напоїв. Гості беруть тарілки і набори із загального столу (або зі спеціалізованих столів, де представлені групи страв), підходять до столів із закусками, вибирають страви і влаштовуються за окремими столами.

Існує два види організації цього прийому: *прийом за типом «шведського столу»* і *прийом-обід-буфет в «англійському стилі»*. **Перший** – характеризується тим, що після вибору страв гості розміщуються за окремими попередньо сервірованими столами. На ньому може бути присутня значна кількість гостей – до 100 і більше осіб. **Другий** вид прийому характеризується тим, що після вибору страв гості розміщуються за одним круглим чи овальним столом, який має попереднє урочисте сервірування. Організовується після 20-ї години і на нього запрошується невелика кількість поважних осіб з подружжям. І в першому, і в другому випадках подавання алкогольних напоїв здійснюється офіціантами, можливе також подавання певних страв на замовлення гостей.

**Прийом-вечеря («Supper»)** відрізняється від прийому-обіду тільки часом початку, зазвичай він розпочинається о 21-й годині або пізніше. *Меню* і вина прийому-вечері збігаються з меню і винами прийому-обіду, за винятком супів. Прийом влаштовується безпосередньо після завершення якоїсь події чи заходу. Аналогічно влаштовується святкова вечеря на честь дня народження перших осіб держави. Друга важлива відмінність стосується обслуговуючого персоналу. Прийом такого

гатунку повинні обслуговувати тільки офіціанти-чоловіки у смокінгах або фраках. Форма розміщення гостей за столами – розосереджена.

**Приєм «Жур фікс»** (франц. *Jour fixe* – певний день) зазвичай влаштовується дружиною міністра чи іншою офіційною особою (у закордонній дипломатичній практиці) або дружиною Президента (у вітчизняній) регулярно, один раз на тиждень певного дня, об одній і тій же годині впродовж усього осінньо-зимового періоду. Приєм схожий на «Чай». Іноді він трансформується в літературно-художні вечори, прем'єри вистав, салонів, арт-галерей тощо. Запрошення розсилаються на початку сезону і діють до його закінчення. Приєм «Жур фікс» залежно від обраного часу проведення може відноситися до денних або вечірніх прийомів.

**Приєм «Раут»** (англ. *Rout*) – святковий званий вечір, часто має політичне значення. Запрошується вітчизняна та іноземна політична, ділова, наукова еліта суспільства. Організатори прийомів "раутів" можуть бути у національному вбранні.

#### 14.3. Підготовча робота із влаштування прийому

Підготовча робота з організації прийому здійснюється протокольною службою дипломатичних представництв і складається з таких **операцій**:

- **визначення виду прийому та часу влаштування прийому.** Вибір виду прийому залежить від ступеня урочистості події, з нагоди якої проводиться прийом, від чисельності гостей, яких планується запросити тощо. Вибір часу влаштування прийому визначається з міркувань зручності, але все підпорядковується загальному **правилу**: *чим пізніше починається прийом, тим він почесніший* (найпочеснішими вважаються «Обід», «Вечеря», «Вечірній фуршет»);

- **складання списку запрошених осіб** здійснюється протокольною службою. До списку включаються представники офіційної влади, дипломатичного корпусу, громадськості. На прийоми, які проводяться у вузькому складі (ними можуть бути прийоми «Сніданок», «Обід», «Вечеря»), *не прийнято запрошувати осіб з чітко вираженими протилежними політичними точками зору та позиціями*;

- **розсилання запрошень.** Запрошення друкуються на спеціальних бланках і вкладаються у конверт розміром 15×21 см, на якому наявні елементи державної символіки. Конверт не заклеюють, на ньому у давальному відмінку пишуть ім'я та по батькові особи, яку запрошують на прийом. В особливих випадках у верхній частині бланку друкарським способом вказується привід влаштування прийому. Бланк запрошення має розміри 11×18,5 см. Текст друкуються курсивом.

Особа, яка запрошує, вказується у третій особі. Вказується також день тижня, день місяця і рік, година і місце прийому. Розсилання здійснюється за 2-3 тижні;

- **складання плану-схеми розміщення гостей за столами** (на певні види прийомів) та **вибір варіанта розсаджування гостей**. Для офіційних прийомів передбачаються певні правила розміщення гостей відповідно до службових посад, рангів або суспільного становища. Розміщення гостей за столами залежить від багатьох чинників, основними з яких є: подія, з нагоди якої влаштовано прийом, вид і місце його проведення, розташування вікон, дверей, кількість гостей тощо. Кожному гостеві відводиться чітко визначене місце залежно від його рангу чи посади. Складається т.зв. план «розміщення гостей за столом». При цьому дотримуються прийнятих у протоколі **правил**:

- 1) якщо на прийомі присутні тільки чоловіки і кількість запрошених осіб невелика, то перше почесне місце – справа від господаря, друге – зліва; усі розміщуються обличчям до дверей. У разі, якщо двері знаходяться збоку, найпочесніші місця – напроти вікон, що виходять на вулицю. Іноді з метою безпеки розміщення гостей коригується;

- 2) якщо гості запрошені з подружжям, то перше почесне місце – справа від господині, де розміщується почесний гість, а справа від господаря – дружина почесного гостя;

- 3) якщо прийом влаштовується на честь вельми поважного гостя, він може бути розміщений напроти господаря (так зване «Президентське розсаджування»);

- 4) подружні пари не сидять поруч: жінок розсаджують з жінками. Їх не розміщують також на кінцях столу, якщо на торцях не сидять чоловіки;

- 5) обов'язкове дотримання черговості місць гостей та організаторів прийому, співвітчизників та іноземних гостей, чоловіків і жінок;

- 6) розсаджування орієнтується відносно вікон і дверей приміщення, в якому влаштовується прийом. Найпочесніший гість має сидіти обличчям до вікна, господар – обличчям до дверей (за винятком першого варіанта);

- 7) ніхто з гостей не повинен сидіти спиною до почесних гостей;

- 8) в аванзалі має бути столик зі схемою розміщення гостей. Кожному гостеві видається картка, що має розмір візитки, зі схемою столу, де зазначене його місце;

- **вибір варіанта підготовки та оформлення приміщень до обслуговування**. Підготовка приміщень до обслуговування прийомів складається з таких етапів:

- сухе і вологе прибирання приміщень;
- оформлення приміщення елементами фітодизайну, аквадизайну, картинами, скульптурами та ін. творами мистецтва;
- вибір варіанту розстановки столів з урахуванням виду прийому, розташування вікон, дверей, «зелених кутків», наявності «зимового саду» чи оранжереї, подіумів тощо;
- вибір банкетних столів для прийому та їх оформлення в основних залах, вітальні та аванзалі;
- встановлення за потреби мікрофонів, столиків для підписання угод, стільців, підставок для промов тощо;
- розміщення за потреби роялю, арфи та ін. музичних інструментів й визначення місць для артистів-виконавців або гостей для аматорського виконання в основному залі чи вітальні.

Кожен з елементів підготовки приміщення обговорюється із замовником для врахування національних особливостей, релігійних поглядів, традицій, бажання або уподобання високих офіційних осіб.

*Вибір форми конфігурації банкетних столів залежить від форми залу, його площі, розташування вікон, дверей, кількості запрошених.*

*Варіанти форм розстановки столів при зосередженому розміщенні можуть бути у вигляді прямокутника, квадрата, кола, чотирьох прямокутних столів, які виставлені у формі квадрата з вільною серединою (для оформлення квітами, знаками національної символіки тощо), кола з вільною серединою, овалу, овалу з вільною серединою, а також у вигляді літер С, Т, П, Е та іншої конфігурації.*

У практиці дипломатичних прийомів при організації прийомів «Фуршет» застосовують також розставляння столів по периметру приміщення, здійснюючи одностороннє сервірування. За рахунок цього центральна частина приміщення залишається вільною, що дозволяє вільно спілкуватися гостям.

#### **14.4. Складання меню для банкету-прийому**

При складанні меню враховують вид банкету, час влаштування, релігійні й національні традиції гостей, їх смаки та уподобання, а також правила і закони, які існують у державі перебування (якщо прийом влаштовується послом). Наприклад, не подають дичину в період заборони полювання, м'ясо – в дні посту, свинину і вино – мусульманам, не змішують страви із м'яса та молока ортодоксальним іудеям, не подають м'ясо та рибу індусам тощо.

При виборі меню завжди враховують смаки та уподобання перших осіб держав, на честь яких влаштовується прийом. При цьому акцент

робиться на різноманіття страв, які представляють українську кухню.

Іноді обкладинки меню перетворюються на витвір мистецтва. Вони виконуються у стилізованому вигляді як фрагмент вишивки рушника. В деяких урочистих випадках, наприклад інавгурація Президента, обкладинки меню залишають чистими, лише вказують нагоду влаштування свята. Текст друкується в художньому виконанні. Частіше кольорова гама включає два кольори: чорний та білий.

Для вшанування гостей іноземних держав меню друкується двома мовами: українською та відповідною іноземною.

#### **14.5. Особливості сервірування столу на банкеті-прийомі**

Вибір варіанта сервірування столів на прийомах здійснюється керівником обслуговуючого персоналу відповідних установ з урахуванням вказівок керівників протокольної служби.

Прийнятий у дипломатичній практиці **класичний варіант** сервірування столів на прийомах із розсаджуванням гостей включає: лляну скатертину (чи декілька) або банкетне полотно, мілку столову тарілку як підтарільник (Ø 220-330 мм), закусочну тарілку (Ø 200-300 мм), пиріжкову тарілку (Ø 175-220 мм), закусочний, рибний, столовий, десертний набори, ніж для масла, келих для води (250 мл), мадерну чарку (75 мл), чарку для горілки (50 мл), фужер для шампанського (150 мл), келих для білого столового вина (100 мл), келих для червоного вина (125 мл), серветку лляну, сільничку, перечницю, композицію з квітів та ін. аксесуари сервірування, кувертну картку, меню.

**Процес сервірування** здійснюється в такій **послідовності**:

- підтарільник (мілка столова тарілка);
- пиріжкова тарілка (в окремих випадках може бути поставлена на вишиту лляну серветку);
- ножі столовий, рибний, ложка столова, ніж закусочний (залежно від меню їх може бути два), ніж для масла;
- виделки столова, рибна, закусочна (залежно від меню їх може бути дві);
- ложка десертна (залежно від обраного виду десерту), ніж десертний, виделка десертна;
- келих для води, чарки мадерна, горілчана, фужер для шампанського, чарки рейнвейна і лафітна;
- лляна серветка банкетної форми складання;
- кувертна картка, меню в обкладинці;
- сільничка (ставиться зліва від перечниці по осі столу через один набір), перечниця (ставиться справа від сільнички);



- останніми аксесуарами, які можуть використовуватися при сервіруванні, є: канделябри, свічники, свічки у вазах з водою, композиції, ікебани, букети квітів, їх суцвіття тощо, прапори.

Сервірування столів здійснюється відповідно до виду банкету-прийому. Розставлення посуду з порцеляни, металу, скла та дотримання відстані між предметами відповідає загальним вимогам сервірування столів на офіційних банкетах-прийомах з повним обслуговуванням офіціантами.

Коньячні та лікерні чарки ставлять на стіл безпосередньо перед подаванням коньяку чи лікеру до кави та чаю. До попереднього сервірування вони не включаються.

Місце ляної серветки – на закусоchній тарілці, зліва від десертних наборів за пиріжковою тарілкою, на пиріжковій тарілці. У деяких випадках, щоб підкреслити цінність деревини стільниці, предмети індивідуального сервірування розміщують на лляних серветках.

Обов'язковим елементом сервірування є **друковані меню** в обкладинці та **кувертна картка**. Обкладинка *меню* має розміри 132×192 мм, а бланк *меню* – 110×180 мм. Меню в обкладинці кладеться за пиріжковою тарілкою, а кувертна картка, на якій вказано ім'я, прізвище та посада (в деяких випадках посада не вказується) – на одне з трьох місць: прямо за десертними наборами, на лінії десертних наборів зліва, за пиріжковою тарілкою, за келихом для води (у разі його розміщення справа над столовим ножем).

*Кувертні картки* вказують місце гостей за столом на прийомі з розсаджуванням. Розмір кувертної картки – 76×101 мм. Її згинають навпіл і на лицьовому боці, де надрукований герб України, співробітники відділу протокольної служби від руки каліграфічним почерком пишуть ім'я та прізвище (у вітчизняній дипломатичній практиці – заголовні літери імені та по батькові і повністю прізвище).

Попільнички на стіл при сервіруванні не ставлять, оскільки, згідно з етикетом, палити дозволено лише після подавання кави (чаю).

#### **14.6. Організація обслуговування гостей на банкетах-прийомах**

Сценарій обслуговування гостей значною мірою залежить від часу проведення прийому, нагоди, з якої його влаштовують, кількості та складу гостей, виду прийому і способу розміщення запрошених за банкетними столами тощо.

Структура процесу обслуговування банкету-прийому є незмінною і складається з кількох **етапів**:

- подавання аперитиву,
- обслуговування в банкетному залі,
- обслуговування у вітальні (кавовій або чайній залі).

**Перший етап обслуговування** – подавання аперитиву здійснюється в аванзалі або банкетному залі. В аванзалі організують бар з обслуговуванням барменом та офіціантами в обнос. Як аперитиви пропонуються алкогольні (горілка, червоні сухі вина, ароматизовані вина, шампанське, пиво тощо) і безалкогольні напої (соки, мінеральна газувана і негазувана вода, фруктована вода, вода з льодом).

Якщо в аванзалі організується бар, то всі напої сервіруються на окремих столах, кількість яких розраховується відповідно до кількості запрошених. За кожним столом закріплюється по два офіціанти, один з яких стежить за наявністю у потрібній кількості чистого посуду певного виду, льоду, відкорковує пляшки, а другий відпускає на замовлення гостей певні види напоїв. Фужери наповнюють на 1/3 від їх загальної кількості, решта залишається вільною. Біля кожного столу розміщуються двоверхові офіціантські візки, призначені для збирання брудного посуду і порожньої тари.

Подавання аперитиву може здійснюватися офіціантами в обнос; використовуються таці різних форм, застелені лляними чи бавовняними серветками. На тацях ставляться чарки, келихи, фужери та склянки з відповідними напоями, налитими на 2/3 від їх об'єму. В деяких випадках таці сервірують напоями одного виду. В практиці обслуговування аперитивом склалося співвідношення між столами з алкогольними напоями, соками і мінеральною водою як 1:2:2.

**Другий етап обслуговування** – безпосереднє обслуговування гостей – здійснюється в банкетному залі. Особливості його залежать від виду банкету-прийому, часу проведення тощо. На банкеті-прийомі з розсаджуванням в залі офіціанти працюють у парі. Розподіл робіт між ними такий: перший – безпосередньо обслуговує гостей за столом; траєкторія його руху: банкетний стіл – сервант (візок); другий – подає на тацях порціоновані страви на серванти (візки); поповнює запаси наборів, серветок тощо; прибирає використаний посуд з візка. Поведінка офіціантів під час обслуговування регламентується протоколом та відповідає основним правилам гостинності й етикету.

Обслуговування гостей здійснюється виключно в секторі, який закріплений за певним офіціантом. Починається воно з почесних гостей і здійснюється справа і зліва синхронно.

У вітчизняній дипломатичній практиці найчастіше банкети-прийоми

з розсаджуванням обслуговують офіціантки у національних костюмах (але без головного убору) та у національному взутті. Банкети-прийоми без розсаджування, які влаштовуються у вечірні години, обслуговує змішаний склад офіціантів. Офіціанти-чоловіки одягають фрак з чорною краваткою (метеликом). У деяких випадках обслуговування здійснюють тільки офіціанти, одягнені у смокінг класичного чорного кольору та білі рукавички. Найбільш відповідальний момент у процесі обслуговування – вхід та вихід офіціантів: він має бути одночасним, що досягається репетиціями з відпрацювання синхронності у взаємодії офіціантів з метрдотелем і офіціантів між собою.

Під час проголошення промов офіціанти призупиняють обслуговування, відступаючи на кілька кроків від столу кожен у своєму секторі.

Чергова заміна чи прибирання тарілок і наборів здійснюються одночасно, коли всі учасники прийому або більшість їх закінчили їсти подану раніше страву.

*Сигналом для закінчення офіційної частини* банкету-прийому служить жест, який завжди робить господиня (якщо вона присутня на прийомі), – вона перша встає з-за столу.

**Третій етап обслуговування** – подавання чаю (кави) – обов'язково здійснюється на банкетах-прийомах з розсаджуванням в іншому приміщенні – вітальні, з неясним освітленням, свічками, столами круглої або овальної форм, м'якими меблями (диванами, кріслами); бажана наявність каміну, може бути рояль, арфа, інші музичні інструменти. У деяких випадках подавання чаю (кави) здійснюється в банкетному залі за окремими чайними 3-4-місними столами круглої чи прямокутної форми, які розміщуються по периметру приміщення. Але в жодному разі чай (каву) не подають за банкетним столом. На прийомах без розсаджування право першим залишити прийом належить почесному гостеві.

На офіційних прийомах має місце обмін **тостами** або промовами. На прийомах «Сніданок», «Обід», «Вечеря» тости та промови проголошуються після десерту чи після того, як всім налили шампанське. Залежно від конкретного випадку та від місцевої протокольної практики це роблять, сидячи за столом, в деяких випадках – стоячи. Тексти тостів, офіційні тости і промови мають бути заздалегідь підготовлені у письмовому вигляді і зачитані. Іноді господар прийому проголошує тост без письмового тексту, але це не означає, що він не був заздалегідь підготовлений. Переклади текстів

тостів і промов знаходяться на столах біля кожного куверту. Структура тосту й промови у відповідь підпорядковується дипломатичному протоколу та церемоніалу. У вітчизняній протокольній практиці цокатися бокалами дозволено, а в міжнародній – не прийнято.

### ***Запитання та завдання для самоперевірки***

1. Дати визначення поняття «дипломатичний прийом». Хто вперше запровадив систематизацію норм і правил етикету? Який документ сьгодні регламентує ділові зустрічі на найвищому рівні?
2. Охарактеризувати особливості організації ділових зустрічей.
3. Наведіть приклади класифікації дипломатичних прийомів.
4. Поясніть відмінності між офіційними і неофіційними прийомами.
5. Охарактеризуйте особливості проведення різних видів сніданків.
6. Які особливості організації різних видів обідів?
7. У чому полягають особливості організації прийомів-вечерь?
8. З яких операцій складається підготовча робота до проведення дипломатичного прийому?
9. Опишіть процедуру складання і розсилання запрошень на прийом.
10. Яких правил дотримуються при розміщенні гостей за столом на дипломатичних прийомах?
11. Опишіть процедуру підготовки приміщень до обслуговування дипломатичного прийому.
12. Які особливості враховуються при складанні меню дипломатичних прийомів?
13. В якій послідовності здійснюється процес сервірування столу на банкеті-прийомі?
14. Охарактеризуйте особливості організації обслуговування гостей на дипломатичних прийомах.
15. В яких випадках на дипломатичних прийомах проголошуються промови і тости?

### **Тести для самоконтролю**

1. Дипломатичний протокол – це \_\_\_\_\_.
  - а) сукупність правил, традицій і умовностей, які визнаються та дотримуються урядом країн та їхніми офіційними представниками;
  - б) документ, який визначає поведінку обслуговуючого персоналу в офіційній обстановці;
  - в) збірник, в якому наведений перелік основних страв різноманітних національних кухонь, що подаються в особливих умовах.
2. Базовим документом, що визначає протокольні норми та принципи, є ...
  - а) Віденська конвенція про дипломатичні відносини;
  - б) Баденська конвенція про дипломатичні відносини;
  - в) Паризька конвенція про дипломатичні відносини;
  - г) Брюссельська конвенція про дипломатичні відносини.

3. Серед основних форм відносин з іноземним дипломатичним корпусом є ...  
 а) офіційні та неофіційні прийоми; б) ділові зустрічі та візити;  
 в) протокольні і позапротокольні зустрічі; г) офіційні обіди чи вечері.
4. Найбільш поширеною формою ділового спілкування, є \_\_\_\_\_.  
 а) прийом; б) офіційний обід;  
 в) товариська зустріч; г) зустріч за круглим столом.
5. Особливостями денних прийомів є те, що вони \_\_\_\_\_.  
 а) мають менш офіційний, але більш діловий характер;  
 б) більш офіційні, порівняно з вечірніми;  
 в) організуються для вузького кола осіб;  
 г) мають більш офіційний та урочистий характер.
6. Сніданок, на який чоловіки запрошені з дружинами, незважаючи на кількість запрошених осіб, вважається \_\_\_\_\_.  
 а) офіційним; б) товариським; в) неофіційним; г) протокольним.
7. Найпочеснішим видом прийому є \_\_\_\_\_.  
 а) прийом-обід («Dinner»); б) прийом-коктейль («Cocktail»);  
 в) прийом-фуршет («A la Furchette»); г) прийом-вечеря («Supper»).
8. Прийом-сніданок ("Lunch") влаштовують з нагоди \_\_\_\_\_.  
 а) національного свята, приїзду делегації, остаточного від'їзду посла;  
 б) відкриття виставок, фестивалів тощо;  
 в) національного свята, презентації послів, ювілейних дат тощо;  
 г) приїзду та від'їзду послів, високих іноземних гостей, а також з метою підтримання контактів з іноземними дипломатичними представництвами.
9. Особливостями вечірніх прийомів є те, що вони \_\_\_\_\_.  
 а) мають менш офіційний, але більш діловий характер;  
 б) більш офіційні, порівняно з обідніми;  
 в) організуються для вузького кола осіб;  
 г) мають більш офіційний та урочистий характер.
10. Який із прийомів часто має політичне значення, на нього запрошується вітчизняна та іноземна політична, ділова, наукова еліта суспільства?  
 а) прийом-обід («Dinner»); б) прийом-коктейль («Cocktail»);  
 в) прийом-фуршет («A la Furchette»); г) прийом-раут («Rout»).
11. Прийом «Келих шампанського» влаштовують з нагоди \_\_\_\_\_.  
 а) національного свята, приїзду делегації, остаточного від'їзду посла;  
 б) відкриття виставок, фестивалів тощо;  
 в) національного свята, презентації послів, ювілейних дат тощо;  
 г) приїзду та від'їзду послів, високих іноземних гостей, а також з метою підтримання контактів з іноземними дипломатичними представництвами.
12. Який вид прийому влаштовується регулярно, раз на тиждень певного дня, об одній і тій самій годині впродовж усього осінньо-зимового періоду?  
 а) прийом "Жур фікс" («Jour fixe»); б) прийом-коктейль («Cocktail»);  
 в) прийом-фуршет («A la Furchette»); г) прийом-вечеря («Supper»).

13. *Яка з операцій НЕ виконується при підготовці до влаштування прийому?*
- визначення виду прийому та часу влаштування прийому;
  - складання списку запрошених осіб і розсилання запрошень;
  - складання меню та аперитиву;
  - підготовка тостів, промов і промов у відповідь;
  - оформлення залу та замовлення машин таксі на певний час.
14. *При складанні меню для банкету-прийому НЕ враховують \_\_\_\_\_.*
- вид банкету, час влаштування;
  - релігійні й національні традиції гостей;
  - смаки та уподобання почесних гостей;
  - правила і закони, які існують у державі перебування;
  - місце проведення та статево-віковий склад запрошених.
15. *Структура процесу обслуговування банкету-прийому незмінна і складається з кількох етапів \_\_\_\_\_.*
- подавання аперитиву, обслуговування в банкетному залі, обслуговування у вітальні;
  - підготовка до обслуговування, подавання страв і напоїв, прибирання посуду;
  - узгодження сценарію банкету, організація прийому, проводи гостей.
16. *Вибір часу влаштування прийому визначається з міркувань зручності, але все підпорядковується загальному правилу:*
- чим більше почесних гостей, тим пізніше починається прийом;
  - чим пізніше починається прийом, тим він почесніший;
  - почесний прийом призначається на другу половину дня;
  - чим швидше починається прийом, тим він почесніший.
17. *Кого НЕ прийнято запрошувати на прийом, який проводять у вузькому колі?*
- подружжя офіційних осіб і дипломатичного корпусу;
  - осіб із чітко вираженими протилежними політичними точками зору та позиціями;
  - почесних гостей із різними релігійними поглядами;
  - осіб, що належать до сексуальних меншин.
18. *Розсилання запрошень на прийом відбувається \_\_\_\_\_.*
- а) за 2-3 тижні до визначеного дня;      б) за тиждень до прийому;
  - в) за 2-3 дні до початку прийому;      г) за місяць до прийому.
19. *Розміщення гостей за столами на прийомах НЕ залежить від \_\_\_\_\_.*
- події, з нагоди якої влаштовано прийом;
  - виду і місця його проведення;
  - розташування вікон і дверей;
  - кількості гостей;
  - релігійних поглядів запрошених гостей.
20. *Якщо прийом влаштовується на честь вельми поважного гостя, застосовується т.зв. «Президентське розсаджування», а саме – \_\_\_\_\_.*
- а) справа від господаря прийому;      б) напроти господаря;
  - в) справа від дружини господаря;      г) зліва від господаря.

## ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 4

### НАПІЇ: ОСОБЛИВОСТІ ВИРОБНИЦТВА, ПОДАВАННЯ І СПОЖИВАННЯ

#### ТЕМА 15. ОСОБЛИВОСТІ ВИРОБНИЦТВА І СПОЖИВАННЯ ВИНА

- 15.1. З історії виникнення алкогольних напоїв.
- 15.2. Загальна характеристика вин.
  - 15.2.1. Столові вина: особливості виробництва, подавання і споживання.
  - 15.2.2. Ігристі вина: особливості виробництва, класифікації, подавання і споживання.
  - 15.2.3. Міцні (кріплені) вина: виробництво, різновиди, рекомендації до вживання.
  - 15.2.4. Десертні вина: різновиди, особливості виробництва і споживання.
  - 15.2.5. Ароматизовані вина.
- 15.3. Особливості виробництва вина.
- 15.4. Принципи поєднання вина зі стравами.
- 15.5. Головні виноробні регіони Європи та Північної Америки.

#### 15.1. З історії виникнення алкогольних напоїв

Алкоголь завжди був частиною історії цивілізації. Невідомо, коли з'явився перший спиртний напій, і не існує його першовідкривача. Поява алкоголю – випадковий збіг обставин, а розвиток і вдосконалення його різних видів – це результат удосконалення навичок і умінь людей, що передавалися з покоління в покоління.

Уперше напої, приготовані шляхом бродіння, з'явилися тоді, коли люди помітили, що зіпсовані фрукти чи молоко можуть давати приємні відчуття. Деякі з них існують і сьогодні, наприклад, монгольський кумис, вірменський мазун, пальмове вино, гідромель.

Найстарішим виноградним кісточкам з культурного винограду, знайдених археологами на півночі Ірану, налічується 9000 років.

Вино є важливою ознакою існування цивілізації. Саме вавилоняни та єгиптяни, а згодом греки й античні римляни розповсюджували культ цього напою.

Вино виготовляли в Стародавньому Єгипті та Межиріччі. Саме звідти його завезли до Греції, а звідти й до Римської імперії. Виноробство та споживання вина в давні часи було поширене також на всьому Близькому Сході і в Середній Азії. Найстарішим матеріальним свідченням стародавнього виноробства є знайдені археологами в Колхиді (Грузія) вкопані в землю великі глиняні посудини із залишками кісточок винограду з 8000 до Р. Хр. Такого ж приблизно віку (7000 років) залишки винної кислоти в черепках глечиків у неолітичному селищі Хаджи Фируз Тепе на півночі Ірану.

На північному сході Вірменії археологами знайдені найдавніші знаряддя повного виноробного циклу: прес і посуд для збражування, котрі за даними хімічного аналізу відносять до 4-го тисячоліття до н.е.

Починаючи з **VI ст.** виноградники культивувалися середньовічними ченцями, а **монастирі** ставали своєрідними **центрами** виноробної промисловості, що приносило їм прибуток, а також забезпечувало постійний запас вина, символу крові Ісуса Христа, для банкетів з нагоди різних свят, релігійних служб (причастя), прийому важливих гостей, паломників тощо.

У **Середньовіччі**, з розвитком міст, до виноробства починає долучатися також і **заможне міщанство**. Довкола міст почали насаджувати виноградники. Так, у XV ст. культивування виноградників стало повсюдним у Франції — на землях церкви, аристократів та бюргерів. Упродовж усього середньовічного періоду, Франція була найбільшим експортером вина, а регіоном з найбільшою площею виноградників був Іль-де-Франс.

**Епоха Просвітництва** виділилася зростанням *наукових вишукувань у галузі виноробства*. Окремі вчені та навіть цілі університети досліджували проблеми виноробства, зокрема були розглянуті питання очищення, стабілізації й поліпшення смакових якостей вина. Детальніше зосередились і на сортовому складі виноградників.

**Найбільшого розвитку** виноробство досягло **наприкінці XVII – початку XVIII ст.** в Європі. В цей час європейські країни Франція, Іспанія, Португалія, Італія, Угорщина стали монополістами у торгівлі вином. Проте з посиленням конкуренції та економічними кризами зменшувалися площі виноградників і скорочувалося виробництво вина. Але найбільшої шкоди європейське виноградарство і виноробство зазнали від хвороб і шкідників винограду, завезених із Північної Америки. Зокрема, грибкова хвороба оїдіум в 1845 р. за короткий термін призвела до зменшення виробництва вина у Франції в 4 рази. В 1853 р. був завезений антракноз, а в 1863 р. – філоксера. Через останню за 15-20 років Франція втратила більше половини своїх виноградників, а виробництво вина впало з 84,5 млн гектолітрів до 23,4 млн гектолітрів. За деякими оцінками, було знищено від двох третин до 90% відсотків усіх європейських виноградників.

Із розвитком цивілізації люди вдосконалювали два процеси, що дають алкоголь, – бродіння та дистиляцію. **Бродіння** – це процес перетворення цукру в спирт під впливом дріжджів. Останні, що слугують каталізатором бродіння, можуть мати як природне



походження (на шкірці плодів), так і спеціально додаватися в сусло (свіжовичавлений сік). Цей процес завжди супроводжується підвищенням температури. Контролюючи температуру, можна контролювати процес бродіння.

Вміст спирту в напої називається **міцністю** і виражається переважно в об'ємних відсотках безводного спирту, що відповідає густині напою при температурі +20°C.

**Дистиляція (перегонка)** – процес відокремлення рідини з високим вмістом спирту від сусла, що перебродило, шляхом випаровування із подальшою конденсацією утворених парів. Процес перегонки надзвичайно простий: температура кипіння чистого спирту – +78,4°C, води – +100°C. У проміжку між цими двома температурами спирт випаровується значно швидше, ніж вода. Якщо його охолодити, то він конденсується. Напій можна переганяти декілька разів для підвищення його міцності. Так отримують усі міцні спиртні напої. Подвійній дистиляції піддають коньяки, деякі арманьяки, іноді ром і текілу. Алкогольні напої поділяють на 3 підгрупи: вина, пиво, спиртні напої.

## 15.2. Загальна характеристика вин

**Вино́** (від лат. vinum) – напій, отриманий шляхом повного або часткового алкогольного бродіння попередньо розчавленого свіжого винограду або виноградного сусла. Кількість алкоголю внаслідок бродіння має складати не менше 8,5%. Беручи до уваги клімат, тип ґрунту, сорт винограду, особливості виробництва вина, мінімальна кількість алкоголю внаслідок бродіння може становити 7% відповідно до законодавства певного регіону, де воно виготовляється.

Вино можна також робити з інших фруктів і ягід, що містять цукор (яблук, чорної смородини, вишні, самбуки та ін.), але їх правильніше називати «плодовими» винами чи наливками. Тому обмежимося виноградними винами. Існують різні **критерії їх класифікації**.

Залежно від **способу виробництва** вина поділяються на:

- *сортіві* (вироблені з одного сорту винограду);
- *купажні* (виготовлені з декількох сортів винограду; допускається використання не більше 15 найменувань винограду інших сортів того ж ботанічного виду).

**За витримкою** розрізняють вина:

- *ординарні* (вина без витримки, що випускаються в реалізацію не раніше ніж через 3 місяці з моменту переробки винограду);
- *марочні* (витримані високоякісні вина, отримані з певних сортів винограду). Термін витримки не менше 1,5 років, рахуючи з 1 січня

наступного за врожаєм року;

- *колекційні* (вина особливо високої якості, витримані не менше 6 років, у т.ч. в пляшках не менше 3 років).

**За кольором:**

- *біле* – від світло солом'яного до янтарного;
- *рожеве* – від блідо-рожевого до світло рубінового;
- *червоне* – від рубіново-червоного до червоного з коричневим відтінком;

- *жовте* – від темно-жовтого до кольору заварки міцного чаю.

Білі вина з віком жовтіють і набувають темних тонів, червоні, навпаки, світлішають, стають блідими, а речовини, що дають колір, випадають в осад; вишнево-малинові тони переходять у цеглинно-червоні. Дуже старі вина розрізнити за кольором дуже важко.

**За вмістом цукру (г/дм<sup>3</sup>) виділяють такі групи вин:**

- *сухі* – до 3 (отримують шляхом повного зброджування свіжого виноградного суслу);

- *напівсухі* – 5-30;
- *напівсолодкі* – 30-80;
- *десертні* – 150-200;
- *лікерні* – понад 200.

**За об'ємною часткою спирту (міцністю), %:**

- *столові* – 9-14;
- *десертні* – 13-17;
- *міцні* – 17-20.

У країнах, де високо розвинута культура виробництва і споживання вина, існує загальна класифікація, що, як правило, зазначається на **етикетці** пляшки:

- **виробник, або фірма-розливач** (винарня, виноробне господарство, хутір (Château d'Yquem, Castello del Poggio), або фірма-виробник (Sandeman, Shabo, Масандра тощо);

- **сорт основного винограду: сепаж** (суміш винограду однієї сортогрупи, наприклад, мерло, каберне совіньйон, шардоне тощо. Для отримання назви за основним сортом, у складі вина його відсоток повинен становити не менше 85%), або *купаж, кюв'є* (cuvée) – суміш різних сортів;

- **колір** (біле, рожеве, червоне вино);
- **рік збору врожаю винограду** (або мілезим – від фр. *le millésime* – число, що позначає рік);

- **смак або вміст залишкового цукру** ( $\gamma$  %), а також додаткова назва: сухе вино, напівсухе, напівсолодке, солодке (десертне вино);
- **вміст алкоголю** ( $\gamma$  відсотках), а також додаткова назва: наприклад – кріплене вино (лікер, портвейн тощо);
- **рівень якості** (наприклад, АОС, ДОС...);
- **топографічні дані** (*теруар* – сукупність природних факторів конкретної місцевості, ділянки землі, що впливають на властивості вирощеної продукції) залежно від рівня якості вина:
  - *країна*: Франція, Італія, Іспанія тощо;
  - *виноробний район, регіон*: Бордо, Ріоха, Мадейра та ін.;
  - *конкретна місцевість* (теруар), наприклад, Червоний камінь, Кайзерштуль, Кіндзмараулі тощо;
- **сорт вина** (індивідуальний сорт вина певної технології, що має власну назву, наприклад, «Золотий берег», «Бича кров» (угор. *Egri Bikavér*);
- **технологія виготовлення**:
  - *ігристі вина, шампанське* – вина з додаванням діоксиду вуглецю;
  - *вина, витримані в дубових бочках* (наприклад, *Barrique Vin.*);
  - *ароматизовані вина* – вина з великою часткою (15-18%) ароматичних додатків;
- **міжнародний реєстраційний номер**;
- **шкідливі речовини** (наявність або відсутність додаткових або шкідливих речовин: біологічне вино, екологічне вино (вина, що не містить додатків, насамперед, сульфітів, фунгіцидів, консервантів);
- **необов'язкові дані**:
  - найкраща температура споживання (на зворотній стороні пляшки);
  - рекомендовані страви, які найкраще пасують до цього сорту вина (на зворотній стороні пляшки);
  - медалі та інші призи вина.

У Європі вина завжди мають **контроль за походженням**. Вина вищої категорії мають відповідати цілій низці конкретних параметрів, таким як, наприклад, певна місцевість виробництва, набір сортів винограду, мінімальна міцність, спосіб обробки й підрізання лози, час збору винограду. Всі вина, які претендують на цю кваліфікацію, піддаються аналітичним дослідженням і дегустації. Якщо експертна дегустація дає позитивний висновок, вина отримують спеціальний сертифікат і лише потім – право називатися контрольованими за походженням. Основна вимога до вин цієї категорії – зазначення

географічного місця зростання винограду для їхнього виробництва. Такі країни-виробники, як Іспанія, Греція та Італія, використовують класифікацію одночасно за регіоном походження та якістю вина.

Найстарішою у світі та розвиненою з національних систем є систематизація вин Франції.

Таблиця 15.1

*Уніфікована система класів якості залежно від контролю за походженням*

Італія	Франція	Іспанія	Португалія	Німеччина	Україна
Vino (Vino da Tavola, <b>VdT</b> )	Vin de France, <b>VdF</b> (Vin de Table, <b>VdT</b> )	Vino de Mesa <b>VDM</b> , Vino corriente (Denominación de Origen, <b>DO</b> )	(Vinho do mesa, <b>VdM</b> )	Deutscher Wein (Tafelwein)	Столове вино
Indicazione Geografica Protetta, <b>IGP</b> (Indicazione Geografica Tipica, <b>IGT</b> )	Vin de Indication Géographique Protégée, <b>IGP</b> (Vin de Pays, <b>VdP</b> )	Vinos de la tierra (Denominación de Origen Calificada, <b>DOC</b> )	Vinho regional	Landwein	Місцеве вино
Denominazione di origine protetta, <b>DOP</b> (Denominazione di origine controllata, <b>DOC</b> )	Appellation Controlée (AC)	Vino de Calidad con indicación geográfica, <b>IG</b>	Vinhos de Qualidade Produzidos em Região Determinada, <b>VQPRD</b>	Qualitätswein	
Denominazione di Origine Controllata e Garantita, <b>DOCG</b>	Appellation d'Origine Controlée (AOC)	Denominación de Origen Calificada (DOCa)	Indicação de Proveniência Regulamentada, <b>IPR</b> (Denominación de Origen Calificada, <b>DOC</b> )	Qualitätswein bestimmter Anbaugebiete, <b>QbA</b>	Вина контролюваних найменувань за походженням (КНП)
Classico Superiore Reserva	Superieur Villages	Vino de Crianza Reserva Gran Reserva Vino de Pago	Superior Reserva Garrafeira	Prädikatswein (Qualitätswein mit Prädikat, <b>QmP</b> ) Kabinett Auslese	

1 серпня 2009 р. Європейський Союз запровадив **уніфіковану систему** (з поправкою на місцеві системи) **класів якості залежно від контролю за походженням** (див. табл. 15.1). Країни-члени ЄС поступово переходять до цієї системи (в дужках вказана стара назва).

### **15.2.1. Столові вина: особливості виробництва, споживання і подавання**

**Столові вина** – алкогольні напої, отримані зброджуванням соку свіжого винограду без додавання цукру, спирту, ароматизуючих речовин. Об'ємна частка спирту в столових винах невисока – 9-14%.

**Сухі столові вина** містять не більше 0,3 г/см<sup>3</sup> незброджених цукрів. Основною їх особливістю є повне зброджування сусла. Сухі столові вина мають міцність 9-13% об. Сухі столові вина бувають білими, рожевими і червоними.

*Білі сухі столові вина* (Рислінг, Ркацителі, Аліготе, Совіньйон) бувають від яскраво-солом'яного до темно-золотистого кольору з різними (найчастіше із зеленуватим) відтінками, мають легкий освіжаючий смак із сортовим ароматом.

Їх можна використовувати для виготовлення коктейлів, вони вдало гармонують із різними сиропами, соками, лікерами, газованими безалкогольними напоями.

Білі вина найкраще подавати при температурі +8-10°C, за якої зберігаються смак і букет ароматів. Їх п'ють натуральними, змішування з льодом та іншими напоями призводить до втрати духмяності. Білі вина п'ють із рейнвейних чарок (100 мл), наповнених на 3/4 об'єму. Столові вина рекомендовані до холодних закусок з риби, ікри, раків, крабів, птиці, добре гармонують із другими стравами з риби та овочів, птиці.

*Червоні сухі столові вина* (Шабо, Каберне) мають забарвлення від яскраво- до темно-червоного, повний терпкуватий смак, характерний сортовий аромат, що переходить під час витримання в тонкий букет.

Використовуються для приготування глінтвейнів і коблерів. Вони вдало поєднуються з соками, сиропами, лікерами, солодкими настоянками, плодово-ягідними винами. У натуральному вигляді червоні столові вина подають до других страв із м'яса гуски, качки та дичини. Ці вина не охолоджують, а подають за кімнатної температури (18-19°C), іноді навіть підігрівують до 25°C. П'ють із лафітних чарок, заповнюючи на 2/3 об'єму.

*Рожеве столове вино* виготовляють із червоних сортів винограду, переблених білим способом або за червоним способом із

короткочасним настоюванням м'язги (упродовж кількох годин свіжовичавлений сік витримують разом із виноградними шкірками, які потім забирають) або купажуванням білих і червоних виноматеріалів, забарвлення якого варіює від блідо-рожевого до інтенсивно-рожевого. Воно є чудовим аперитивом і гідним супутником легкої їжі. Рожеве вино універсальне: його можна запропонувати до риби, морепродуктів, м'яса та овочевих страв. Подають при +10-12°C.

Якщо цукри не переброджують до кінця (їх залишається 0,5-2,5 г/см<sup>3</sup>), то такі вина називають **столовими напівсухими**.

При вмісті цукрів у межах 3-5 г/см<sup>3</sup> вина називаються **столовими напівсолодкими**. Для призупинення бродіння зняте з осаду вино охолоджують до 0-2°C. Після розливу в пляшки їх пастеризують. Готові вина містять 8-12% об. спирту. Вони мають м'який гармонійний смак, специфічний для кожного найменування вина тонкий аромат.

### **15.2.2. Ігристі вина: особливості виробництва, класифікації, подавання і споживання**

**Ігристі вина** – це вина, піняста властивість яких набула внаслідок насичення їх діоксидом вуглецю ендogenousного походження, що утворюється під час бродіння під тиском сусла або вторинного бродіння виноматеріалів у герметично закритих посудинах – пляшках чи резервуарах.

Якщо вино наливається в келих, то вуглекислий газ у вигляді пухирців повільно виділяється з вина, створюючи його «гру». Різновидом ігристих вин є *шампанське*, яке отримало свою назву від французької провінції Шампань, де воно вперше було виготовлене в середині XVII ст. Його автором вважають монаха-бenedиктинця, наглядача винного підвалу абатства Отвільє – П'єра Периньона. Він виявив, що навесні вино почало бродити і пінитися, а пляшки розривались під тиском. Займаючись дослідженням та вивченням цих процесів, він вперше змішав різні сорти винограду Pinot Noir, Pinot Meunier і Chardonnay, замість того, щоб використовувати їх окремо. Крім того, однією з найбільших його заслуг стала практика закривання пляшок корком.

Якість шампанського залежить від погоди, правильності внесення добрив, що базуються на крейді, сорту винограду, правильного догляду і збору урожаю. Для виробництва шампанського використовують тільки виноградний сік першого вичавлювання.

Шампанське виробляється як традиційним пляшковим методом, так і прискореним — резервуарним. Пляшковий спосіб довготривалий (3 роки) і дорогий. При резервуарному — весь процес виготовлення триває 2-3 місяці.

**Залежно від складу** традиційно **шампанське** поділяють на 5 видів:

- *non vintage* (не вінтажне) суміш різних років (на етикетці роки не вказуються);
- *vintage* (вінтажне) — однорічне вино (рік вказується на етикетці);
- *prestige cuvee* (елітне) — елітне вино (як правило, вінтажне, вироблене з найкращих інгредієнтів);
- *rose* (рожеве) — вироблене із суміші чорних і білих сортів винограду;
- *blanc de blancs* — вино тільки із винограду сорту шардоне.

**За вмістом цукру** шампанське поділяється на 6 видів:

- *ultrabrut* або *extrabrut* — цукор відсутній;
- *brut* — дуже сухе, 0-15 г/л цукру;
- *extrasec* — сухе, 12-20 г/л цукру;
- *sec* — напівсухе, 17-35 г/л цукру;
- *demi-sec* — солодке, 33-50 г/л цукру;
- *doux* — дуже солодке, 50 і більше г/л цукру.

Так називається, відповідно до міжнародного права, можуть тільки ігристі вина, вироблені у Франції в провінції Шампань. На етикетці ж вин, вироблених в інших регіонах світу, повинно писатися «Methode Champenoise». Це означає, що при їх виробництві використовувався метод, аналогічний до того, який застосовується в Шампані.

В **Україні** використовується класифікація ігристих вин **залежно від вмісту цукру**:

- *брют* — 0,3% цукру;
- *сухе* — 1,3% цукру;
- *напівсухе* — 5,5% цукру;
- *напівсолодке* — до 8,5% цукру;
- *солодке* — до 10,5% цукру;
- *мускатне* — до 10% цукру.

Основними регіонами виробництва ігристих вин є Франція (Шампань, Луара, Ельзас, Бургундія), Іспанія (Пенедес — марка «CAVA»), Італія (П'ємонт — марка «ASTI»), Німеччина (марка SEKT), Росія («Советское шампанское»).

Напівсолодкі і солодкі ігристі вина подають *охолодженими* до температури +6-8°C, сухі і напівсухі — до +4°C, червоні ігристі — до +10°C, дуже сухі — до +6°C.

Ігристі напівсолодкі та солодкі вина рекомендують до легких тортів, тістечок, фруктів, морозива, солодких страв, дрібного здобного печива. Ігристі сухі й напівсухі вина подають до осетрової ікри, білої птиці, крабів, омарів, червоної риби.

### **15.2.3. Міцні (кріплені) вина: виробництво, різновиди, рекомендації до вживання**

**Міцні (кріплені) вина** – вина, одержані шляхом неповного зброджування соку і зупинки бродіння додаванням ректифікованого спирту, завдяки чому вони краще зберігаються.

При отриманні міцних вин сусло спиртують наприкінці процесу бродіння. Об'ємна частка спирту в міцних винах – 17-20%, масова концентрація цукрів – до 11 г/см<sup>3</sup>. Міцні вина поділяють на **міцні** (білі, рожеві, червоні) *ординарні* та *марочні* і **типажні** (портвейн, мадера, марсала та херес) *ординарні* та *марочні*.

Найвідомішими в світі міцними винами вважаються португальські портвейни та іспанські хереси, а також мадера і марсала. Кожне з них можна рекомендувати як **аперитив** – напій, що збуджує апетит. На основі цих вин готують коктейлі-аперитиви. У натуральному вигляді їх рекомендують до перших страв. Їх не підігрівають і не охолоджують, а п'ють за температури 12-18°C з мадерних чарок об'ємом 75 мл або подають у бокалах ємністю 125 мл, але в кількості 75 мл.

**Портвейни** виробляються в багатьох країнах світу, але тільки Португалія (м. Порту) вважається батьківщиною справжнього портвейну. Однією зі специфічних особливостей одержання портвейну є переривання процесу бродіння додаванням бренді. Цукор, що не перебродив, визначає солодкість портвейну. Значна частина портвейнів виробляється з використанням купажних вин різних років. Термін досягання портвейну досягає 50 років.

Портвейни поділяються на дві основні **категорії**:

- **Ruby** (рубіновий), що витримуються в пляшках;
- **Tawny** (рудий), який розливають у дубові бочки.

**За кольором** розрізняють:

- *White Port* – білий портвейн;
- *Ruby Port* – рубіновий (червоний);
- *Tawny Port* – темно-жовтий (рудувато-брунатний);
- *Porto Rosé, Pink Port* – рожевий портвейн.

**За вмістом цукру** портвейни бувають:

- *Extra Seco (Extra dry)* – дуже сухий (вміст цукру < 40 г/л);



- *Seco (Dry)* – сухий (40-60 г/л);
- *Meio Seco (Semi Dry)* – напівсухий (65-90 г/л);
- *Doce (Sweet)* – солодкий (90-130 г/л);
- *Moito Doce (Very Dry)* – дуже солодкий (> 130 г/л)

**Херес** – іспанське біле кріплене солодке вино, яке належить до класу лікерних. Назва вина «Херес» походить з назви місцевості *Херес* (поблизу міста Херес-де-ла-Фронтера) в Андалузії.

Херес виробляється з білого винограду сортів Паломіно і Педро Хіменес. З одних і тих же сортів винограду можуть вийти зовсім різні напої, що залежить від кількості сонячних днів в році, крутизни схилу, на якому росте лоза, складу ґрунту, технології, терміну витримки. *Особливістю* виробництва хересу є витримка впродовж 1,5-4 років під хересною дріжджовою плівкою в бочках, заповнених не доверху. Херес, якщо його порівнювати з сирами, – це своєрідний «рокфор у світі вин». На сучасному етапі розвитку виробництва, використовуються спеціально виведені чисті культури особливих хересних дріжджів. Саме вони і додають того специфічного хересного відтінку, що нагадує смак мигдалю або волоського горіха.

Хереси **поділяються** на такі основні групи:

- *сухий* – 14-16% спирту, 0,2% цукру;
- *сухий міцний* – 18% спирту, 1,5% цукру;
- *міцний* – 20% спирту, 3% цукру;
- *десертний* – 19% спирту, 9% цукру.

**Типи хересу:**

- Фіно (ісп. *Fino*) – 15% алк.;
- Манзанілья (ісп. *Manzanilla*) – 15-19% алк.
- Амонтільядо (ісп. *Amontillado*) – 16-22% алк.
- Олоросо (ісп. *Oloroso*) – 17-22% алк.
- Пало Кортадо (ісп. *Palo Cortado*) – 17-22% алк.
- Медіум (англ. *Medium*) – 15% алк.
- Пел Крем (англ. *Pale Cream*) – 17,5% алк.
- Крем (англ. *Cream*) – 17,5% алк.
- Педро Хіменес (ісп. *Pedro Ximénez*) – 17% алк.
- Москатель (ісп. *Moscatel*).

За яскраво виражені тони херес часто називають королем аперитивів. Солодкі сорти хересу пропонують до десерту для поліпшення травлення. Херес – вино універсальне, ідеально пасує до будь-яких морепродуктів, птиці, баранини. Його сильний аромат і

різкий тон створюють пікантний контраст з їжею. Можна подавати як дижестив із кавою.

Крім того, херес не тільки супроводжує їжу, але й бере участь в її створенні: його використовують як кулінарну добавку до м'ясних страв, соусів.

**Мадера** – спеціальне кріплене вино, що виробляється на однойменному архіпелазі островів Мадейра (автономний регіон Португалії в Атлантичному океані). Належить до класу лікерних вин із вмістом алкоголю 17-22%. Основною технологічною операцією є термічне окиснення. Назва «Мадера» походить від помилкової російської транскрипції, правильно – *Мадейра*.

Вина, що перебродили, зціджують і класифікують, після чого зберігають в бочках до півроку в приміщеннях з температурою повітря 70°C. Інший спосіб мадеризації полягає у витримуванні заброджених і спиртованих виноматеріалів влітку в неповних дубових діжках на сонячних майданчиках при температурі 35-40°C упродовж 2-4 років. У результаті вино набуває присмаку смаженого горіха, що обумовлює його популярність у цілому світі.

**Марсала** – італійське кріплене вино, що виробляється в однойменному регіоні на Сицилії. Класичну марсалу виробляють з сортів білого винограду, основним з яких є Гріло. При зброджуванні він дозволяє отримувати досить високий вміст алкоголю. Найкращі зразки марсали на 100% складаються з виноматеріалів цього сорту. Крім того, досить часто вино виготовляють купажуванням виноматеріалів з сортів Гріло, Катарато та Інзолія. Рідше марсалу виробляють з червоного винограду Неро д'Авола, Пін'ятело, Нерело Маскалезе, таке вино називають «*Marsala rubino*».

Характерною *особливістю* марсали вважається «присмак смоли», який виникав від просмолених бочок при довготривалому транспортуванні в трюмах суден. Сьогодні для виробництва марсали використовують три основні компоненти – *базове сухе вино*, міцністю 12% та вмістом цукру не менше 20 г/л; *сусло з винограду пізнього збору (містеллу)*, до якого додають дистилат, щоб зупинити бродіння; *варене сусло*, яке варять для підвищення концентрації цукру (до деяких сортів марсали його не додають). Шляхом змішування цих компонентів у різних пропорціях отримують різні сорти марсали. Після змішування виноматеріал витримують у дубових (рідше каштанових) бочках, де марсала набуває характерного для неї кольору й смаку.

**За вмістом цукру** марсала поділяється на:

- *Secco (суху)* – менше 40 г/л;
- *Semisecco (напівсуху)* – від 40 г/л до 100 г/л;
- *Dolce (солодку)* – більше 100 г/л.

**За вмістом алкоголю і терміном витримки** марсала поділяється на:

Вид <i>Marsala</i>	міцність	витримка
<i>Fine</i>	17,5%	не менше 1 року (при цьому не менше 8 місяців у бочках)
<i>Superiore</i>	не менше 18%	не менше 2 років у бочках
<i>Superiore Riserva</i>		не менше 4 років у бочках
<i>Vergine</i>		витримка не менше 5 років у бочках, заборонено додавати варене сусло та містеллу, додається виноградний спирт
<i>Vergine Stravecchio o Riserva</i>		не менше 10 років у бочках

Марсалу вживають як аперитив, окрім *Vergine* та *Vergine Riserve*, яку подають як дигестив. Суха марсала гарно поєднується зі стравами з морепродуктів, червона – з м'ясними стравами, напівсолодкі та солодкі різновиди – з десертами. Це вино широко використовують у сицилійській кухні для приготування різноманітних страв.

#### **15.2.4. Десертні вина: різновиди, особливості виробництва і споживання**

**Десертні вина** – це натуральні або міцні вина із вмістом спирту 12-17% і цукру 2-35 г/100 см<sup>3</sup>. Для приготування високоякісних десертних вин виноград повинен містити 22-35% цукру. Не кожен сорт винограду і не щороку може накопичити таку його кількість.

Від міцних вони відрізняються меншим вмістом спирту і більшим вмістом цукру. Їх спиртують на початку бродіння. В **десертних солодких** винах об'ємна частка спирту становить 16-17%, масова концентрація цукрів 12-19 г/см<sup>3</sup>, у **десертних лікерних** – відповідно, спирту 12-17% і цукрів понад 21 г/см<sup>3</sup>.

Особливістю виробництва десертних вин є настоювання сусла з м'язгою впродовж 6-48 годин. Для прискорення процесу екстракції ароматичних і інших речовин мезгу перемішують і нагрівають до 60°C. Після введення чистої культури дріжджів сусло підброджують, процес бродіння зупиняють спиртуванням.

Їх широко застосовують для приготування тонізуючих і прохолоджувальних змішаних напоїв, пуншів, крющонів і глінтвейнів. У натуральному вигляді пропонують до десертів (фрукти, тістечка, торти, морозиво, солодкі страви), п'ють із мадерних чарок (75 мл). У давні часи перед подачею їх переливали в карафи. Подають за температури +16-18°C, вживають, смакуючи, малими ковтками впродовж тривалого часу. Разом з ними можна пити і безалкогольні напої.

**Мускатні вина** (13-16% спирту, 20-30% цукру) вирізняються неповторним тонким ароматом (так званий мускатний аромат), іноді з легкими цитриновими чи квітково-медовими тонами, мають повний гармонійний маслянистий смак.

Розрізняють *легкі* мускатні вина із вмістом цукру 16-18%, *десертні* (20-25%) та *лікерні* (25% і вище). Мускати з цукристістю 23% і вище мають сильний мускатний аромат, що зберігається у вині від 5 до 8 років. Білі мускати бурштинові, червоні – рубінові.

Технологія виробництва аналогічна до виробничої схеми десертних вин, але відсутня їх обробка теплом. Марочні мускати витримують в бочках від 1 до 3 років. Для підвищення якості мускатні вина витримують у герметичних резервуарах без доступу кисню при температурі 37-40°C упродовж 2-3 місяців.

**Кагор** – це десертне солодке вино густого темно-червоного кольору з гранатовим відтінком, яке містить 16% об. спирту і 18 г/см<sup>3</sup> цукру. Характерною технологічною *особливістю* виробництва кагору є подрібнення винограду і *нагрівання отриманої мезги до температури 75-80°C упродовж 18-24 годин*. Теплова обробка сприяє повнішому переходу з мезги в сусло екстрактивних речовин, внаслідок чого вино набуває інтенсивного забарвлення, розкішного букету і повного бархатистого терпкого смаку з чітко вираженими шоколадними тонами. Вина цього типу отримали свою назву від міста Кагор (південь Франції). Виробляються із червоних із інтенсивним забарвленням сортів винограду Сапераві, Каберне-Совіньйон, Кахет, Бастардо та інших із вмістом цукру в ягодах не менше 20%. Раніше їх виготовляли за спеціальним замовленням для церковної служби.

Кагор п'ють невеликими дозами, іноді підігрітим, при застудах, шлункових та інших хворобах.

**Малага** – купажне вино, що спочатку вироблялося в іспанському місті Малага (провінція Андалузія) із вмістом спирту – 15-17% об. і

цукру – 21-30 г/см<sup>3</sup>. Технологія виробництва має свої *особливості*: зав'язування зібраного винограду на сонячних майданчиках, наступне зброджування частини суслу і уварювання іншої частини до отримання темного кольору і пригорілого присмаку, що під час витримування переходить в характерний, злегка пригоріло-смолистий смак, збагачений відтінками чорносливу і кави. Малагу витримують не менше 2 років у дубових бочках. Колір готового вина від темно-червоного до кавово-коричневого, смак повний із приємною гірчинкою, в букеті переважають карамельні тони.

**Токайські вина** – знаменитий вид десертного солодкого білого вина, виготовленого за особливою технологією з сортів винограду Харшлелелю і Фурмінт. Назва походить від міста Токай в Угорщині.

Їм властивий золотистий колір, дуже тонкий букет, смак з мускатними, квітковими і медовими тонами, легким відтінком скоринки житнього свіжоспеченого хліба.

Сутність технології виробництва токайського вина полягає у змішуванні екстракту ассу (винограду з пліснявою) з виноградним суслим або з молодим вином, що вже пройшло ферментацію. Їх співвідношення залежить від ступеня солодкості майбутнього вина. Чим більше ассу додано, тим солодшим буде вино. Суміш настоюють 24-36 годин і пресують. Після цього переносять у невеликих бочках в холодні підвали, де сусло з високим вмістом цукру повільно бродить (до 3-4 років).

*Солодкі вина* токайського типу містять 16% об. спирту і 16-20 г/см<sup>3</sup> цукру, в *лікерних токаях* – 12-16% об. спирту і 21-30 г/см<sup>3</sup> цукру. В Україні випускають солодкі (Піно-Грі, Закарпатське) та лікерні (Токай Південнобережний, Токай Ай-Даніль) вина токайського типу.

#### **15.2.5. Ароматизовані вина**

**Ароматизованими** називають вина, виготовлені з купажованих сухих чи міцних виноградних вин додаванням до них спирту, цукру і настоїв ароматичних трав і коріння (звіробоя, лимонного і гіркого полину, квіток ромашки, какао-бобів, кориці, коріандру, чебрецю, деревію та ін.). У складі купажу на частку вина припадає 80%.

Найпоширеніші з ароматизованих вин – різноманітні вермути та аперитиви. Своєрідного аромату і присмаку (букету) їм додають трави, квіти та коріння рослин. Ароматизовані вина, відомі як аперитиви, часто приймають до їжі – як стимулятори травлення.

Вперше **вермут** виготовили в Італії в Турині в 1786 р. Вермут (від нім. «полин») – це аперитив на основі вина з додаванням спирту, іноді цукру та ароматизований різними прянощами. Існує думка, що однією з основних складових вермута має бути полин (вміст якого може сягати 43%). У світі виробляється велика кількість вермутів без полинного інгредієнта. Але *обов'язковим компонентом* цього напою є *біле вино*. Червоні вермути мають характерний колір завдяки додаванню карамелі.

Вермут буває двох типів: *міцний* (18% спирту та 6% цукру) та *десертний* (18% спирту та 16% цукру)

**За вмістом цукру** вермути можна поділити на 5 категорій:

- *Secco (dry, сухий)* – вміст цукру в ньому не перевищує 4%;
- *Bianco (білий вермут)* – містить від 10 до 15% цукру;
- *Rosso (sweet, червоний вермут)* – вміст цукру понад 15%;
- *Rose (рожевий вермут)* – вміст цукру коливається між білим і червоним вином;
- *Bitter (гіркий вермут)* – використовується як дигестив, що сприяє процесам травлення.

Вермути п'ють у чистому вигляді або в складі коктейлів. У першому випадку їх вживають як аперитив, охолодженими чи з льодом. До вермута додають декілька крапель лимонного соку чи скибку апельсина.

**Бітери** (означає «гіркий») – гіркі настоянки, деякі види вермутів та лікерів. Всі вони виготовляються на основі екстрактів трав, коріння, стебел, листя, лікарських рослин, різних прянощів шляхом настоювання. Найпоширенішими компонентами є полин, тирлич, перець, шкірка апельсина, хіна, імбир, аніс та інші. Домінуючий компонент і надає назву бітеру: наприклад «апельсиновий» чи «персиковий».

Найбільше поширені бітери в країнах із спекотним кліматом, що пов'язано з їхньою властивістю втамовувати спрагу. Здебільшого використовують для приготування коктейлів. Відомі такі марки бітерів, які можна вживати в надзвичайно малих дозах. Це зумовлено сильною дією на організм лікарських трав, що входять до складу цих напоїв.

Найвідомішими напоями цього типу є «Angostura» (Венесуела), «Campari» і «Fernet Branca» (Італія), «Underbergh» (Німеччина), «Voonekamp» (Голландія), «Angielska gorzka» (Польща), Becherovka (Чехія), «Jägermeister» (Німеччина), «Аромат степу» (Україна).

### 15.3. Особливості виробництва вина

Виробництво вина охоплює шість етапів:

- 1) вичавлювання соку;
- 2) бродіння;
- 3) відстоювання;
- 4) витримування;
- 5) фільтрування;
- 6) розлив.

Виноград збирають восени, після визначення його стиглості і вмісту в ньому цукру і кислоти. Свіжозібраний виноград везуть у цех, де ягоди відокремлюють від живця (черешка) і кладуть під прес. Свіжовичавлений сік називається **суслом**.

Другий етап цього процесу, **бродіння** суслу, – природний феномен, що викликається дріжджами на шкірці ягід. Крім того, дріжджовий грибок також туди потрапляє ззовні і вноситься додатково за формулою. У повітряному середовищі грибок починає активно розмножуватися, перетворюючи цукор, що міститься в ягодах, на етиловий спирт, — і так доти, поки у вині не закінчиться цукор. В кінці бродіння видаленням частини дріжджів за допомогою фільтрації, додавання спирту або сірчистого ангідриду відновлюється потрібний ступінь кислоти або солодкості вина.

Червоне вино одержує свій колір під час бродіння від забарвлюючого пігменту в червоній виноградній шкірці, яка знову поміщається в бак із суслом.

Коли бродіння закінчене, вино переливається у відстійні баки, в яких воно **відстоюється**, перше ніж його розіллють в дубові бочки або контейнери з нержавіючої сталі, де воно має **витримуватися** впродовж певного часу. Деякі кращі сорти вина витримують в бочках, що додають йому додаткових смакових якостей. Дубильні речовини, що містяться в дереві, дозволяють довго зберігати вина. Деякі білі вина і більшість червоних витримують в бочках певний час: від кількох місяців до декількох років. Білі вина, що витримуються в контейнерах з нержавіючої сталі впродовж кількох місяців і потім відразу ж постачаються в збут, відрізняються тонізуючим свіжим присмаком.

Після витримки вино **фільтрується**. Потім його освітлюють, додаючи яєчний білок або бентоніт, який осідає на дно бака. Після цього вино **розливають** по пляшках. Дорогі марочні вина п'ють, коли вони досягнуть повної зрілості, що може бути через декілька років після розливу – або навіть десятиліть. *Червоним винам зазвичай*

потрібен для цього більший термін, ніж білим. У Європі, з її примхливим кліматом, хорошими роками вважаються ті, коли був зібраний багатий урожай винограду. Експерти визначають порівняльні позитивні якості кожного виноробного району за 10-бальною шкалою.

#### 15.4. Принципи поєднання вина зі стравами

Правильне поєднання вина з їжею – одна з радощів життя. Оскільки ми їмо щодня, головне – різноманітність, то справжній гурман отримує задоволення не тільки від екзотичних страв і вишуканих вин, але й від простої, смачно приготованої їжі в поєднанні з невибагливим, проте якісним вином. Упродовж багатьох століть вироблялися **принципи поєднання різних вин із різними стравами**:

1) **«забороняючий»** – серед великої кількості страв та їх компонентів існують такі, що погано поєднуються або взагалі не сумісні з вином: *жирна солоня риба* (в т.ч. копчена) надає вину металевого присмаку; *цитрусові* (лимоні і грейпфрути) знижують чутливість язика і позбавляють можливості розрізнити відтінки смаку; *оцет і майонез* мають подібні властивості; *шоколад і шоколадні цукерки*, а також *кава* настільки сильно подразнюють смакові рецептори, що будь-які сухі вина у поєднанні з ними здаються пустими і водянистими. «Ворогами вина» вважають страви з високим вмістом деяких прянощів (ванілі або кориці). Не варто поєднувати вино і традиційні українські соління;

2) **«кольоровий»** ("Біле – до риби, червоне – до м'яса"): вина і страви повинні відповідати одне одному за кольором або створювати привабливі кольорові поєднання, оскільки танінне червоне вино надало б рибі металевий присмак, тоді як насичені страви із дичини і червоного м'яса здатні забивати смак більшості білих вин. Проте не існує правил без винятків – до білого м'яса курки, наприклад, можна подавати червоне і біле вино, легке червоне підходить до багатьох страв із риби, шампанське добре поєднується з ікрою тощо;

3) **«регіональний»** – вино з певного регіону, як правило, чудово поєднується з місцевою кухнею, яка, в свою чергу, підкреслює позитивність переваг вина саме цього регіону. Це, однак, не означає, що французькі вина не можуть супроводжувати страви, наприклад, російської, української чи китайської кухні;

4) **«соусний»** – якщо при приготуванні страви використовується будь-яке вино, воно має подаватися до столу;

5) **«силовий»**: щільні і важкі страви з густим соусом потребують сильних насичених вин з високим вмістом спирту, тоді як до легких –



доцільно подавати легкі вина. Цей **принцип** вважають одним із **найважливіших**;

6) **«взаємодії ароматів»**: вина зі складним і/або сильним ароматом (букетом) краще подавати до страв з відносно легким ароматом і смаком. Якщо подавати їх до страв з пікантними соусами, то аромати вина можуть «пригнічуватися», оскільки в подібному поєднанні буде більше конкуренції, ніж гармонії;

7) **«поєднання за м'якістю і жорсткістю»**. При підборі вин необхідно враховувати такі характеристики, як *соковитість* (м'якість, жирність) і *жорсткість* (твердість, щільність). Імовірно, що співвідношення між ними має бути зворотним;

8) **«ціновий»** – до простих страв зазвичай подаються вина, які нічим особливим не відрізняються, тоді як вишуканість дорогих підкреслюють дорогі високоякісні напої. Колекційні високої якості вина краще дегустувати взагалі окремо.

Вдало поєднати вино і страву – це не наука, а радше, мистецтво. Тут не існує точних математичних розрахунків і висновків, як і рівнозначних співвідношень. Вирішальними можуть бути «дрібниці»: консистенція соусу, прянощі, спосіб теплової обробки страви, персональні звички тощо. Багато гурманів у пошуках нових відчуттів дедалі частіше схиляються до нетрадиційних поєднань. Хоча варто пам'ятати: перш ніж перейти до вільних імпровізацій, треба засвоїти класику.

### **15.5. Головні виноробні регіони Європи та Північної Америки**

За даними *Всесвітньої організації виноградарства і виноробства (International Organization of Vine and Wine, OIV)*, площа виноградників у світі стабілізувалась на рівні 9,5-10,0 млн га, а валове виробництво винограду неухильно зростає, досягаючи в останні роки 60-70 млн т на рік. Із загальної кількості винограду, що вирощується у світі, 80-90% використовується для переробки на вино, соки та інші продукти, до 10% споживається і 5-6% – висушується.

За даними Всесвітньої організації виноградарства і виноробства (табл. 15.2), чітко простежується світова тенденція до зниження площ, зайнятих виноградниками, проте Китай в 2018 році випередив споконвічних лідерів у галузі виноробства – Францію, Італію й Туреччину, посівши другу сходинку після Іспанії за цим показником.

Таблиця 15.2

*Найбільші країни світу за площею виноградників, тис. га  
(за даними Всесвітньої організації виноградарства і виноробства на 2018 р.)*

№	Країна	Загальна площа виноградників		
		2018	2010*	% від території
1.	Іспанія	969	1082 (1)	2,17
2.	Китай	875	490 (5)	0,05
3.	Франція	789	825 (2)	1,51
4.	Італія	702	798 (3)	2,17
5.	Туреччина	448	505 (4)	0,66
6.	США	430	404 (6)	0,14
7.	Аргентина	219	228 (9)	0,08
8.	Чилі	212	200 (11)	0,27
9.	Португалія	192	243 (8)	2,64
10.	Румунія	191	204 (10)	0,89
11.	Іран	153	300 (7)	0,18
12.	Молдова	147	148 (13)	4,43
13.	Австралія	145	170 (13)	0,02
14.	ПАР	125	130 (14)	0,11

\*Місце країни у рейтинговому списку в 2010 р.

Незважаючи на зниження площ виноградників, світове виробництво вина у 2018 р. сягнуло найвищих показників за останні 30 років і становило 292,3 млн гкл. Позиції лідерів за обсягами виробництва утримують Італія, Франція та Іспанія, істотно випереджаючи всі інші країни за цим показником (див. табл. 15.3)

Таблиця 15.3

*Найбільші країни за обсягами виробництва вина  
за період 1990-2018 рр., млн гектолітрів  
(за даними Всесвітньої організації виноградарства і виноробства)*

№	Країни	1990	2000	2005	2010	2018
1.	Італія	54,866	51,620	50,566	48,525	54,8
2.	Франція	65,529	57,541	52,105	45,704	49,1
3.	Іспанія	38,658	41,692	37,808	35,235	44,4
4.	США	15,852	21,500	22,888	20,887	23,9
5.	Аргентина	14,036	12,537	15,222	16,250	14,5
6.	Чилі	3,978	6,674	7,885	8,844	12,9
7.	Австралія	4,446	8,064	14,301	11,339	12,9

8.	Німеччина	8,514	9,852	9,153	6,906	9,8
9.	ПАР	8,988	6,949	8,406	9,336	9,5
10.	Китай	2,7...	10,500	11,800	13,000	9,3
	...					
	<b>Весь світ</b>	<b>265,1</b>	<b>282,8</b>	<b>275,9</b>	<b>282,9</b>	<b>292,3</b>

За обсягами споживання вина в 2018 р. (див. табл. 15.4) рейтинг очолили США, випередивши Францію, де за останні 18 років спостерігається істотне зниження величини цього показника.

Таблиця 15.4

*Найбільші країни за обсягами споживання вина за період 2000-2018 рр., млн. гектолітрів (за даними Всесвітньої організації виноградарства і виноробства)*

№	Країни	2000	2005	2010	2018
1.	Франція	34,5	33,5	28,9	26,8
2.	США	21,2	25,8	27,6	<b>33,0</b>
3.	Італія	30,8	27,0	24,6	22,4
4.	Німеччина	20,1	19,8	20,2	20,0
5.	Китай	10,7	12,3	15,8	18,0
6.	Велика Британія	9,7	13,1	13,2	12,4
7.	Росія	4,7	10,5	11,6	11,9
8.	Іспанія	14,1	13,7	10,4	10,7
9.	Аргентина	12,5	10,9	9,7	8,4
10.	Румунія	5,2	2,4	3,8	4,5
	...				
	<b>Весь світ</b>	<b>225,7</b>	<b>237,8</b>	<b>241,8</b>	<b>246,0</b>

Така тенденція загалом спостерігається по всіх європейських країнах та Аргентині, тоді як в Китаї й Росії кількість вина, спожитого за означений період, зростає. До десятки лідерів входить і Велика Британія, яка не належить до виноробних країн, проте впевнено посідає шосту сходинку за обсягами вживання вина (понад 10 млн гкл).

Німеччина, Італія, Іспанія, Португалія і Франція – головні **виноробні країни Європи**. Німеччина відома своїми чудовими *рислінгами* з долин Рейну та Мозеля, Італія виробляє знамените *к'янті*, Іспанія більше відома своїм *хересом*, а Португалія – *портвейном*. Але найзнаменитішою виноробною країною Європи була і залишається Франція, яка виробляє не тільки чудові червоні і білі вина, але й є

батьківщиною шампанського та коньяку. Два найвідоміших її регіони – це провінції Бордо і Бургундія, де впродовж багатьох сторіч безліч людей присвячує життя виноградарству і виробництву кращих у світі вин.

У Франції вина одержують назви на честь сіл, де їх виробляють, та й ім'я винороба також важливе, оскільки якість може змінюватися від урожаю до урожаю, але репутація – залишається. На етикетках також часто фігурує назва замку, де вино зроблене. Виноробство в провінції Бордо сконцентроване в п'яти районах: Медок, Грав, Сент-Емільон, Помероль і Сотерн. Вина кожного з них мають свої відмітні риси. Серед інших виноробних районів Франції можна згадати долини Луари і Рони, а також провінцію Ельзас. Французи вважають вино важливою частиною їхньої національної культури.

У **Каліфорнії** (США) вино почали робити в 1769 р., коли іспанський чернець Юніперо Серра відкрив перші виноробні в католицьких місях, які сам же і заснував. Свого часу французи вважали каліфорнійські вина поганими. Проте сприятливий клімат цього штату та ідеальні для виноградарства ґрунти змусили їх змінити цю думку. У США вина одержують назви не на честь замку або села, де їх виробляють (як це робиться у Франції), а за сортом винограду. З білих американських вин найвідоміші шардоне, совіньйон блан, рислінг, шенен блан, а з червоних – каберне совіньйон, піно нуар, мерло та ін.

Виноградарство поширене в трьох районах Каліфорнії:

- Північне і Центральне узбережжя;
- Центральна Каліфорнійська долина;
- Південна Каліфорнія.

На узбережжі виробляються кращі каліфорнійські вина. Високо механізовані методи створюють можливості для виробництва чудового вина у великих кількостях. Головні виноробні райони – долини Напа і Сонома, вина яких нагадують вина Бордо і Бургундії, серед інших – штати Нью-Йорк, Орегон і Вашингтон. Останнім часом багато сортів наблизилися за якістю до французьких, а деякі й перевершили їх.

У **Канаді** кращі виноробні заводи знаходяться в Британській Колумбії і в Південному Онтаріо. Роблять виноградне вино і в інших зонах з помірним кліматом по всьому світу: в **Австралії, Новій Зеландії, Чилі, Аргентині і Південній Африці**. Вчені встановили зв'язок між уживанням вина (звичайно, в помірних кількостях) і тривалістю життя людей, що живуть у цих районах.

Таблиця 15.5

*Динаміка споживання вина на душу населення за період 2007-2018 рр.  
(в літрах на рік, вибірково)*

<b>Країна</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2018*</b>
Франція	47,11	46,15	45,49	45,70	50,2
Італія	40,75	45,02	42,32	42,15	43,6
Португалія	42,25	42,68	42,17	41,81	<b>62,1</b>
Швейцарія	38,40	38,28	37,94	38,20	37,8
Словенія	39,59	39,84	36,89	36,40	44,07
Данія	27,60	33,45	34,36	35,9	34,3
Австрія	32,64	29,35	29,23	29,23	31,3
Греція	29,98	31,69	28,21	27,52	21,9
Хорватія	26,80	27,73	26,73	26,28	22,0
Іспанія	33,04	30,03	27,81	26,16	27,0
Австралія	22,73	22,65	24,46	24,94	31,5
Німеччина	24,46	24,46	24,60	24,54	28,2
Аргентина	27,29	26,10	25,29	23,74	24,8
Угорщина	32,70	25,27	23,62	23,32	29,3
Румунія	23,60	24,60	22,94	22,94	29,9
Грузія	15,21	15,38	16,25	16,25	17,0
Канада	10,69	10,49	10,00	10,03	16,0
США	8,96	8,99	8,99	9,42	12,4
Росія	7,95	8,35	8,18	8,21	10,0
Молдова	6,34	6,25	6,25	6,25	18,0
Україна	4,82	4,79	4,60	4,49	4,46

\*За даними Всесвітньої організації виноградарства і виноробства

Не завжди країни з найбільшими площами виноградників і найвищими обсягами виробництва вина посідають провідні позиції і за величиною споживання на душу населення. За даними Всесвітньої організації виноградарства і виноробства (див. табл. 15.5), на першому місці за обсягом спожитого вина на душу населення (старше 15 років) у 2018 р. виявилася Португалія, яка випередила Францію та Італію, а Іспанію залишила далеко позаду. Високими показниками відзначаються Словенія, Швейцарія, Данія, Австрія, Німеччина, де виноробство не є провідною галуззю господарства, проте культура споживання вина розвинута на високому рівні. В Україні ж за рік випивається менше 5 літрів вина на особу.

### **Запитання та завдання для самоперевірки**

1. Охарактеризуйте основні етапи виникнення і розвитку виноробства.
2. Дайте визначення понять «бродіння», «міцність» і «дистиляція».
3. Розкрийте сутність терміна «вино». Назвіть види вин залежно від різних критеріїв класифікації.
4. Яка інформація міститься на етикетці пляшки в країнах з розвинутим виноробством?
5. Охарактеризуйте особливості виробництва, споживання і подавання столових вин.
6. Дайте характеристику ігристих вин. Назвіть способи виробництва цих вин. На які види поділяються ігристі вина (в т.ч. шампанське) залежно від складу чи вмісту цукру?
7. В чому полягає сутність виробництва міцних вин? Назвіть найпопулярніші види кріплених вин та розкрийте особливості їх споживання.
8. Охарактеризуйте десертні вина: їх різновиди, особливості їхнього виробництва і тонкощі споживання.
9. Як виробляють ароматизовані вина? Назвіть їх найпопулярніші види.
10. Опишіть основні етапи виробництва вина.
11. Назвіть загальноприйняті принципи поєднання вина зі стравами.
12. Коротко охарактеризуйте загальні тенденції світового виноробства та головні регіони виноградарства і виробництва вина.

### **Тести для самоконтролю**

1. Найстаріші виноградні кісточки з культурного винограду були знайдені ...  
а) в Єгипті; б) на півночі Ірану; в) в Греції; г) в Римі.
2. Монастирі стали центрами виноробної промисловості, починаючи з \_\_\_\_.  
а) X ст.; б) VIII ст.; в) VI ст.; г) XVI ст.
3. Найбільшого розвитку в Європі виноробство досягло \_\_\_\_\_, коли Франція, Іспанія, Португалія, Італія стали монополістами в торгівлі вином.  
а) на початку X ст.; б) наприкінці XVII – поч. XVIII ст.;  
в) наприкінці XIX ст.; г) в середині XVI ст.
4. Процес перетворення цукру в спирт під впливом дріжджів називається ...  
а) бродінням; б) дистиляцією; в) відстоюванням; г) спиртуванням.
5. Процес відокремлення рідини з високим вмістом спирту від суслу, що перебродило, шляхом випаровування із подальшою конденсацією утворених парів, називають \_\_\_\_\_.  
а) конденсацією; б) бродінням; в) дистиляцією; г) варінням.
6. Напій, отриманий шляхом повного або часткового алкогольного бродіння попередньо розчавленого свіжого винограду або виноградного суслу, це – \_\_\_\_.  
а) наливка; б) вино; в) бренді; г) настоянка; д) компот.
7. Напої, отримані шляхом повного або часткового алкогольного бродіння попередньо розчавлених свіжих фруктів чи ягід, прийнято називати \_\_\_\_\_.  
а) винами; б) настоянками; в) бражками; г) наливками.

8. Залежно від способу виробництва вина поділяються на:  
 а) сортові і купажні; б) ординарні і марочні;  
 в) звичайні і елітні; г) однорічні і багаторічні.
9. Вина, виготовлені з кількох сортів винограду (не більше 15 найменувань винограду інших сортів того ж ботанічного виду), називають \_\_\_\_\_.  
 а) сортовими; б) купажними; в) змішаними; г) столовими.
10. Вина особливо високої якості, витримані не менше 6 років, у т.ч. в пляшках не менше 3 років, називають \_\_\_\_\_.  
 а) ординарними; б) марочними; в) колекційними; г) рідкісними.
11. Алкогольні напої, отримані збродженням соку свіжого винограду без додавання цукру, спирту, ароматизуючих речовин, з об'ємною часткою спирту 9-14%, – це \_\_\_\_\_ вина.  
 а) десертні; б) столові; в) міцні; г) ароматизовані.
12. Які вина найкраще подавати при температурі +8-10°C у рейнвейних чарках місткістю 100 мл (наповнених на  $\frac{3}{4}$  об'єму) до холодних закусок з риби, ікри, раків, крабів, птиці?  
 а) білі сухі столові; б) червоні столові; в) рожеві столові; г) міцні.
13. Якщо цукри не переброджують до кінця (їх залишається 0,5-2,5 г/см<sup>3</sup>), то такі вина називають \_\_\_\_\_.  
 а) напівсолодкими; б) солодкими; в) столовими напівсухими.
14. Вина, піняста властивість яких набула внаслідок насичення їх діоксидом вуглецю ендогенного походження, називаються \_\_\_\_\_.  
 а) шампанським; б) ігристими; в) мінералізованими; г) газованими.
15. Кого вважають автором шампанського?  
 а) монаха-бенедиктинця Д. П'єра Периньона; б) абата Д. Сїні;  
 в) ресторатора М. Буланже; г) шеф-кухаря О. Екоф'є.
16. Вина, одержані шляхом неповного збродження соку і зупинки бродіння додаванням ректифікованого спирту, називають \_\_\_\_\_.  
 а) міцними; б) сухими; в) столовими; г) десертними.
17. Найвідомішими в світі \_\_\_\_\_ винами вважаються португальські портвейни та іспанські хереси, а також мадера і марсала.  
 а) десертними; б) купажними; в) міцними; г) сухими.
18. Особливістю виробництва хересу є \_\_\_\_\_.  
 а) витримка впродовж 1,5-4 років під хересною дріжджовою плівкою в бочках, заповнених не доверху;  
 б) витримка виноматеріалів влітків в неповних дубових діжках на сонячних майданчиках при температурі 35-40°C впродовж 2-4 років;  
 в) «присмак смоли», який виникав від просмолених бочок при довготривалому транспортуванні в трюмах суден;  
 г) настоювання сула з м'язого впродовж 6-48 годин.

19. Яке вино, порівнюючи із сиром, називають «рокфором у світі вин»?  
а) портвейн; б) херес; в) мадеру; г) кагор.
20. Які вина, що перебродили, зціджують і класифікують, а опісля зберігають в бочках максимум півроку в приміщеннях з  $t^{\circ}$  повітря  $70^{\circ}\text{C}$ ?  
а) хереси; б) мадеру; в) малагу; г) кагор.
21. Який присмак притаманний мадері?  
а) смоли; б) смаженого горіха; в) сушеної сливи; г) в'яленої вишні.
22. Характерною особливістю якого вина вважається «присмак смоли», який виникає від просмолених бочок при довготривалому транспортуванні в трюмах суден?  
а) портвейну; б) мадери; в) марсали; г) малаги.
23. *Натуральні або кріплені вина із вмістом спирту 12-17% і цукру 2-35 г/100 см<sup>3</sup> називають \_\_\_\_\_.*  
а) солодкими; б) десертними; в) лікерними; г) міцними.
24. *Особливістю виробництва десертних вин є \_\_\_\_\_.*  
а) витримка впродовж 1,5-4 років під хересною дріжджовою плівкою в бочках, заповнених не доверху;  
б) витримка виноматеріалів влітку в неповних дубових діжках на сонячних майданчиках при температурі  $35-40^{\circ}\text{C}$  упродовж 2-4 років;  
в) «присмак смоли», який виникає від просмолених бочок при довготривалому транспортуванні в трюмах суден;  
г) настоювання суслу з м'язгою впродовж 6-48 годин.
25. *Характерною технологічною особливістю виробництва кагору є \_\_\_\_\_.*  
а) подрібнення винограду і нагрівання отриманої мезги до температури  $75-80^{\circ}\text{C}$  упродовж 18-24 годин;  
б) витримка виноматеріалів влітку в неповних дубових діжках на сонячних майданчиках при температурі  $35-40^{\circ}\text{C}$  упродовж 2-4 років;  
в) «присмак смоли», який виникає від просмолених бочок при довготривалому транспортуванні в трюмах суден;  
г) настоювання суслу з м'язгою впродовж 6-48 годин.
26. У технології виробництва якого вина присутнє зав'ялювання зібраного винограду на сонячних майданчиках?  
а) марсали; б) кагору; в) портвейну; г) малаги.
27. *Батьківщиною виробництва токайських вин є \_\_\_\_\_.*  
а) Італія; б) Іспанія; в) Греція; г) Угорщина.
28. *Вина, виготовлені з купажованих сухих чи міцних виноградних вин із додаванням до них спирту, цукру і настоїв ароматичних трав і коріння, називають \_\_\_\_\_.*  
а) ароматизованими; б) трав'яними; в) запашними; г) мускатними.
29. *Найпоширенішими з ароматизованих вин є \_\_\_\_\_.*  
а) вермути; б) мускатні; в) токайські; г) трав'яні настоянки.



30. Найбільші площі у 2018 році виноградники займали у \_\_\_\_\_.  
а) Китаї; б) Франції; в) Італії; г) Іспанії; д) Португалії.
31. Лідером за обсягом виробництва вина у 2018 р. стала \_\_\_\_\_.  
а) Португалія; б) Іспанія; в) Франція; г) Греція; д) Італія.
32. Серед європейських країн за обсягом споживання вина (млн гкл) перше місце у 2018 р. посідала \_\_\_\_\_.  
а) Португалія; б) Іспанія; в) Франція; г) Греція.
33. Якими винами славиться Німеччина?  
а) токайськими; б) мускатними; в) рислінгами; г) шардоне.
34. Головним регіоном виноробства у США є \_\_\_\_\_.  
а) Флорида; б) Каліфорнія; в) долина Міссісіпі; г) Невада.
35. Лідером за обсягом споживання вина на душу населення (в літрах на рік) у 2018 р. виявилася \_\_\_\_\_.  
а) Франція; б) Італія; в) Швейцарія; г) Португалія.

## ТЕМА 16. МІЦНІ АЛКОГОЛЬНІ НАПОЇ: ОСОБЛИВОСТІ ВИРОБНИЦТВА, ПОДАВАННЯ І СПОЖИВАННЯ

- 16.1. Міцні спиртні напої зернового походження.
- 16.1.1. Горілка: особливості виробництва, походження, різновиди, рекомендації щодо споживання.
- 16.1.2. Віскі: історія, різновиди, особливості виробництва та споживання.
- 16.1.3. Джин: історія, особливості виробництва, найвідоміші види і марки.
- 16.2. Міцні спиртні напої на основі фруктів.
- 16.2.1. Бренді виноградне: походження, різновиди, класифікації, особливості споживання.
- 16.2.2. Плодово-ягідні брендї.
- 16.3. Міцні спиртні напої на основі цукровмісної сировини.
- 16.3.1. Ром: походження, різновиди і найпопулярніші бренди.
- 16.3.2. Текіла: особливості виробництва, різновиди
- 16.4. Бальзами, лікери, наливки та настоянки.

### 16.1. Міцні спиртні напої зернового походження

**Міцні спиртні напої** – алкогольні напої з відносно високим вмістом етилового спирту (етанолу), які отримують шляхом дистиляції зброджених злаків, фруктів, овочів або будь-яких інших продуктів, що містять цукор. Міцними, зазвичай, вважаються напої, що містять **не менше 35 об'ємних відсотків спирту**. Популярні міцні спиртні напої із низьким вмістом цукру – це абсент, брендї, джин, граппа, ром, текіла, горілка, віскі, шнапс тощо.

Ці напої почали виготовляти 3-4 тисячі років тому. Вони відрізняються між собою вмістом спирту, цукру й особливостями виробничого

процесу. Одні п'ються в чистому вигляді, інші – з додаванням простої або содової води чи соків, а також як компонент коктейлів.

Для виробництва спиртних напоїв вихідна рідина не тільки вариться, але й проходить процес *перегонки*. В результаті відсоток вмісту алкоголю в ній різко зростає.

#### **16.1.1. Горілка: особливості виробництва, походження, різновиди, рекомендації щодо споживання**

**Горілка** – це алкогольний напій міцністю від 37,5 до 56,0%, виготовлений на основі спирту, отриманого з зерна жита, пшениці, ячменю, кукурудзи й картоплі, розбавлений дистильованою водою із додаванням для поліпшення смаку цукру, меду, лимонної кислоти та ін. інгредієнтів. Видатний російський хімік Д. Менделєєв довів, що ідеальний вміст спирту в горілці – 40%. Це досягається змішуванням точних вагових співвідношень алкоголю та води. Саме при такому вмісті спирту у воді виділяється найбільша кількість тепла, напій виходить максимально однорідним і не обпікає шлунок.

*Походження* слова «горілка» пов'язане зі словом «горіти». Найімовірніше, назва походить від того, що при виготовленні горілки одним із критеріїв її міцності є контроль за допомогою підпалювання пробної порції. Якщо вміст спирту достатній, рідина займається синюватим або зеленуватим полум'ям, а якщо вміст  $C_2H_5OH$  замалий – горіння не відбувається взагалі.

Через здатність міцних напоїв горіти, американські індіанці всі міцні алкогольні напої називали «вогняною водою». Схоже походження назв горілки в німецькій та польській мовах – *Branntwein* та *Gorzalka*, в чеській – *paléna voda*, звідки *palenka*.

В російській мові горілку називають «водка». Проте в давнину слово «водка» означало не спиртний напій для сп'яніння, а настоянку лікарських трав для зовнішнього і внутрішнього застосування. Водки розрізнялись за напрямом лікувальної дії: «*водка желудочная*», «*водка лёгочная*», «*водка сердечная*». Дози не перевищували пів ложки.

За межами України словом «горілка» називають українську гірку настоянку – перцівку.

Горілку, виготовлену в домашніх умовах, називають **самогоном** або **самогонкою**. Основною сучасною сировиною для виготовлення самогонки є цукрові буряки або буряковий цукор.

Залежно від смакових і ароматичних особливостей горілку поділяють на **горілку** і **горілки особливі**; останні мають характерний

специфічний аромат і оригінальний смак, який отримують, додаючи ефірні олії, ароматизовані спирти і т.д. Але всі горілки повинні бути прозорі, без сторонніх домішок та осаду.

Вживати горілку рекомендують охолодженою до 8-10°C із горілчаних чарок місткістю 50 мл залпом, не смакуючи напій (тому наливати рекомендують на 2/3 від об'єму чарки). Запивати газованими напоями горілку не варто, оскільки вуглекислий газ пришвидшує процес сп'яніння. Горілка вдало гармонує з більшістю компонентів змішаних напоїв через те, що немає різкого запаху чи смаку, тому її часто використовують для приготування коктейлів.

### **16.1.2. Віскі: історія, різновиди, особливості виробництва і споживання**

**Віскі** – один із найулюбленіших алкогольних напоїв Заходу. Національний алкогольний напій Шотландії та Ірландії, який одержують перегонкою збродженого зернового солоду і витримкою отриманого спирту в дерев'яних (переважно, дубових) діжках. Залежно від виду напою використовують різні види зерна, у т.ч. ячмінь, підсолоджений ячмінь, жито, пшеницю і кукурудзу.

*Перша письмова згадка* про віскі датується **1405** р. і походить з Ірландії, де його виробляли монахи. Воно також згадується у реєстрі шотландського казначейства від 1 червня 1494 р. Проте вважається, що віскі вже було відоме принаймні за кілька сторіч перед тим. Цілком імовірно, що відкриття процесу дистиляції відбулося одночасно в різних місцевостях незалежно одне від одного.

В 1505 р. монополію на виробництво віскі отримала Гільдія хірургів і цирюльників Единбурга. Напій почали продавати в аптеках як лікарський засіб для збереження здоров'я, продовження життя, прописували для полегшення кольок у животі, від паралічу і навіть від віспи.

В XVI і XVII ст. виробництво і споживання цього напою поширилося серед усього населення Шотландії та Ірландії. Але витримка віскі практикувалася рідко. Переважно споживачі задовольнялися напоєм, щойно отриманим із перегінного куба. Досить часто для підвищення міцності напою три-чотири рази переганяли одну і ту ж рідину. Від найтитулованішої знаті і до найбіднішого селянина – вся Шотландія захопилась віскі, через що у 1579 році шотландський парламент дозволив перегонку віскі тільки дворянству і знаті. Проте селяни займалися виробництвом віскі підпільно. Не зумівши обмежити виробництво віскі, влада спробувала отримати вигоду від його поширення. В 1642 році Карл I запровадив монополію на виробництво

напою, що сприяло процвітанню великих заводів, які, крім віскі, займалися ще й бренді та джином, а дрібніші підприємства, що спеціалізувалися на виробництві віскі, занепадали. Зростала кількість підпільних віскікурень.

У 1830 році ірландець Енес Коффі вдосконалив конструкцію перегінного апарату, винайденого раніше шотландцем Робертом Стейном, це дозволило підвищити виробництво віскі, поставивши його на промислову основу. З того часу розпочався справжній розквіт напою: з'явилися великі фірми-виробники віскі, почали змішувати різні сорти і марки, що сприяло зростанню його популярності.

Англійське слово «*whisky*» походить від гельського слова «*uisce*» або «*uisge*» (вода) та означає «вода життя» («*water of life*»). Написання слова «*whisky*», зазвичай, використовується для позначення віскі, дистильованого у Шотландії, Уельсі, Канаді та Японії, тоді як форма «*whiskey*» використовується для напоїв, дистильованих в Ірландії.

Віскі роблять із перебродженого сусла з додаванням ячмінного солоду. Після бродіння рідина переганяється, зазвичай вона безбарвна або дуже блідо забарвлена, але після витримки в дубових бочках вона набуває бурого відтінку. Віскі витримується впродовж певного періоду, але не більше 12-15 років. Проте деякі (і дуже хороші) сорти потрапляють на ринок після трьох-п'яти років витримки. Більшість сортів віскі змішують, щоб одержати присмак, характерний для певної марки. Різні фірми розробили свої рецепти суміші, які є комерційною таємницею, що ретельно оберігається. Існують **чотири сорти віскі**, які стали найпопулярнішими в усьому світі: шотландське (скотч), ірландське, американське (бурбон), канадське віскі.

**Шотландське віскі (скотч)** (*Scotch whisky*) зазвичай дистилують двічі, проте іноді піддають третій дистиляції. Виробляється воно, як і інші сорти віскі, на основі **ячмінного солоду, висушеного в спеціальних печах** (з використанням болотного торфу), що додає напоєві особливого аромату, який дегустатори називають **запахом диму**.

За міжнародним законодавством, будь-який продукт із позначенням «скотч» («*Scotch*») повинен бути дистильований у Шотландії і витриманий не менше 3-х років у дубових бочках. Віскі витримують не у пляшці, а лише у дубовій діжці об'ємом не більше 700 л. Віком віскі вважають саме термін витримки в бочці; віскі не «старіє», коли воно уже розлите у скляний посуд. Якщо шотландське віскі походить з більше ніж однієї бочки і на пляшці вказаний вік, то він відповідатиме віковій наймолодшого віскі у цьому купажі.

Шотландське віскі поділяється на два **основні види**:

- **солодове** (*malt*) – вироблене виключно з солодженого ячменю і дистильоване у перегінному кубі у формі цибулини (*pot still*);
- **зернове** (*grain*) віскі виробляється з солодженого і несолодженого ячменю з використанням інших видів зерна за допомогою перегінного куба Коффі (*patent still*, або *Coffey still*). Донедавна цей вид віскі використовувався лише для купажу, але нині на ринку пропонують кілька марок однозернового (*single grain*) шотландського віскі.

Солодові і зернові віскі поєднують різними **способами**:

- **односолодове** (*single malt*) – це солодове віскі, вироблене на одній віскікурні. Проте якщо відсутня позначка «*single cask*» («однобочкове»), то такий напій містить віскі з багатьох (можливо, сотень) бочок, що дозволяє купажистові досягнути типового для цієї віскікурні смаку. У більшості випадків таке віскі має назву віскікурні (наприклад, *The Glenlivet*, *Glenmorangie*, *Bowmore*) і містить інформацію про вік, а також про певні особливості виробництва, як-от витримка у бочці з-під портвейну;

- **купажоване солодове віскі** (*blended malt*) виробляють шляхом купажування солодових віскі з різних віскікурень;

- **однозернове віскі** (*single grain*) – це зернове віскі, вироблене на одній віскікурні;

- **купажоване зернове віскі** (*blended grain*) виробляють шляхом купажування лише зернових віскі з різних віскікурень;

- **купажовані (змішані) віскі** (*blended*) – це здебільшого дешевші різновиди, вироблені шляхом змішування солодових і зернових віскі. Віскі, яке має лише позначку «*Scotch whisky*» («шотландське віскі»), ймовірно, вироблене шляхом саме такого купажу. Для цього використовується продукція з різних віскікурень, що дозволяє купажистові створити традиційний для певного сорту віскі смак, тому найменування такого напою (наприклад, *Bell's*, *Chivas Regal*) не містить найменування віскікурні.

**Основні види купажу:**

- *standard blend* – до нього входять спирти, витримані не менше трьох років;

- *de luxe blend* – використовуються спирти, які витримуються не менше 12 років;

- *semi premium & premium blends* – максимальний відсоток солодового віскі, а вік спиртів не обмежений і може сягати 100 років.

**Ірландське віскі** – це національний напій Ірландії, який отримують шляхом потрійної перегонки збродженого ячмінного солоду та інших зернових (пшениці, жита та ін.) культур і витримки спирту у дерев'яних (зазвичай, дубових) бочках (cask) не менше 5 років, з використанням не підсушеного торфом солоду, що пояснює м'якіший, проте чудовий смак ірландського віскі.

За ірландською традицією віскі рекомендовано пити з водою. Існують також численні коктейлі з ірландським віскі.

В даний час ірландське віскі виробляють тільки в трьох центрах: Бушмілс, Мідлтон, а з 1989 року також у місті Кулі.

**Американське віскі** охоплює як віскі «*straight*» (що означає «прямий», або «безпосередньо з бочки»), так і купажовані віскі. Першу позначку можна використовувати лише на тому віскі, який відносять до «іменованих сортів», зазначених у федеральних нормативних актах і витриманих у дубових бочках упродовж не менше 2-х років. Найпоширеніші з останніх такі:

- *bourbon* («бурбон»), що складається на 51% з кукурудзи (маїсу);
- *rye* («житній»), який принаймні на 51% має складатися з жита;
- *corn* («кукурудзяний») – виробляється з затору, що на 80% складається з кукурудзи (маїсу). Це віскі дистилюється аж до досягнення міцності не менше 80% алкоголю. Воно не обов'язково витримується, але якщо ж віскі витримане (6 місяців), то в нових необвуглених дубових бочках (*barrels*) або в тих, які вже використовувалися.

Усі американські віскі *сopту «straight»*, окрім кукурудзяного, витримують у нових бочках, обвуглених зсередини. Американські *купажовані віскі* поєднують віскі сорту «*straight*» і невитримане віскі, нейтральні зернові спирти, ароматичні, смакові добавки та барвники. Ці визначення передбачені законодавством США.

Не визначене законодавством, але важливе для ринку *Tennessee whiskey*, найпопулярнішу маркою якого є *Jack Daniel's*. Під час дистиляції це віскі аналогічне до бурбону майже в усіх важливих аспектах, тільки з тією різницею, що воно фільтрується через вугілля цукрового клену, яке надає йому унікального смаку й аромату.

**Бурбоном** може називатися лише алкоголь, вироблений на території США без будь-яких домішок та барвників і витриманий в бочці з білого дуба не менше 2 років.

Відповідно до американського законодавства:

- бурбон виготовляється на злаковій основі, левову частку якої

складає кукурудза (не менше 51%). Далі виробники створюють самостійний купаж, куди зазвичай додають суміш ячменю та жита;

- напій витримується виключно в нових обпалених зсередини бочках з американського білого дуба, які заборонено повторно використовувати;

- після дистиляції міцність напою не може бути меншою 80%, а при розливі в пляшки – менше 40%.

*Історія виникнення бурбону.* У США бурбон з'явився наприкінці XVIII ст. завдяки шотландському пастору Елайя Крегу, який оселився в містечку Паріс округу Бурбон, штату Кентуккі. Він так сумував за рідним віскі, що почав вирощувати ячмінь і робити з нього алкоголь. Проте напій не нагадував шотландський аналог. Якимось Крег звернув увагу на поля кукурудзи, що вирощувалась у штаті. Він вирішив спорудити простий перегінний куб і гнати сусло з кукурудзи. Для витримки самогону пастор самостійно зробив бочки з білого дуба.

*Існує легенда, за якою сільські бунтарі одного разу підпалили будинок релігійного служителя. Бочки обгоріли разом з іншим майном. Крег просто залив у них залишки самогону та на роки забув про це. Через багато років, відкривши бочку з витриманим напоєм, пастор був у захваті від дивовижного смаку кукурудзяного віскі, що м'яко віддавав деревним вугіллям. Він відправив друзям в Новий Орлеан бочку з напоєм, де було вказане місце відправлення «Бурбон, штат Кентуккі». Так народився бурбон.*

У 1964 році адміністрація Президента Джонсона визнала бурбон національним алкогольним напоєм США.

Бурбон давно розширив географію виробництва за межі Кентуккі. Сьогодні його виготовляють в Монтані, Іллінойсі, Теннесі, Огайо, Індіані та Пенсільванії. Однак Кентуккі залишається лідером виробництва.

Найпоширенішими у світі брендами бурбону є *Jim Beam* та *Jack Daniels*, частка продажу яких (сумарно 50%) істотно переважає всі інші бренди – *Four Roses*, *Maker's Mark*, *Wild Turkey*, *Heaven Hill* та ін.

Добрий витриманий бурбон п'ють зі склянок із товстим дном і широким горлечком, що дозволяє вловити навіть найтонші нотки аромату. Напій подають при кімнатній температурі, наповнюючи склянку на 1/4. Закусками до бурбону можуть бути найрізноманітніші страви, починаючи від м'яса і закінчуючи фруктами або сирами. Але справжні шанувальники вважають за краще пити американське віскі без закуски, поєднуючи його з ароматною сигарою.

Бурбон середньої і низької якості можна пити з льодом. Для зменшення міцності до бурбону можна додати негазовану мінеральну

воду чи соки (вишневий, з зеленого яблука, апельсиновий, грейпфрутовий). Оптимальні пропорції 1:1 або 1:2 (1 частина віскі до 2-х частин соку). У деяких американських штатах бурбон розбавляють колою або содовою, пропорції не змінюються.

Змішувати з соком можна тільки недорогі марки, призначені для приготування коктейлів, наприклад, *Jim Beam White*. Розбавляти напій багаторічної витримки вважається невіглаством.

**Канадське віскі** (*Canadian whisky*) – це самостійний різновид віскі, вироблений в Канаді, переважно змішаний (blended). Основою канадського віскі слугують спирти, отримані перегонкою збродженого сусла, що містить пшеницю, кукурудзу, жито і/чи ячмінь. Канадське віскі, як правило, легше і м'якше, ніж інші види.

Відповідно до законодавства, канадське віскі має повністю вироблятися в Канаді: від приготування сусла, дистиляції до витримки. Крім зернових спиртів, воно може містити карамель (здебільшого як барвник) і «ароматизатори». При цьому міцність перегонки спирту для канадського віскі не регламентована. На відміну від американського (мінімальна витримка 2 роки), *канадське віскі витримується не менше 3-х*. Напій має витримуватися в «дерев'яній» тарі, але вид бочки (нові, обпалені, такі, що вже використовувалися) не регламентований. Максимальна місткість бочки для витримки напою, який пізніше називатиметься канадським віскі, встановлена в 700 л. Вік, вказаний на пляшці, означає вік наймолодшого віскі, яке використовувалося в бленді.

Незважаючи на те, що за канадським законодавством *Canadian whisky* і *Canadian Rye whisky* є синонімами, кількість житніх спиртів у бленді і взагалі їхня наявність не регламентується (що відрізняє канадське житнє віскі від американського). Цікаво, що ароматизатором в канадському віскі може бути вино. Після створення купажу, воно завжди піддається повторній витримці.

Найвідоміші сорти канадського віскі: *Black Velvet, Seagrams, Crown Royal, Windsor, Canadian Club*.

Канадське віскі часто використовують як замітник американського (бурбону) в коктейлях. Його можна пити і в чистому вигляді невеликими ковтками, розбавленим звичайною водою, содовою (газованою мінеральною водою). Щодо гастрономічних поєднань, то тут можуть подаватися м'ясні страви, сири, шоколад, випічка, фрукти.



### **16.1.3. Джин: історія, особливості виробництва, найвідоміші види і марки**

**Джин** – це алкогольний напій (міцністю не менше 37,5 об.), отриманий шляхом перегонки зернового спирту з додаванням прянощів (ягід ялівцю, коріандру, коріння півників, імбирю, кардамону, кмину, мигдалю тощо), іноді його називають «ялівцевою горілкою».

*Історія джину* бере свій початок в Нідерландах з XVII ст. і пов'язана з іменем професора Лейденського університету Францискуса Сільвіуса. Він прагнув створити недорогий напій, який міг би дозволити собі кожен як лікарський засіб. У той час така настоянка вважалася справжньою панацеєю проти чуми, депресії, безсоння, нервової напруги. Оскільки вчений використовував своє відкриття суто для лікувальних потреб, то і продавався перший джин, який називали *genever*, виключно в аптеках.

З Нідерландів джин поширився до Англії, де став надзвичайно популярним. Тут його називали «еліксиром сміливості», «голландською доблестю», оскільки солдати вживали його для підняття бойового духу і хоробрості. До речі, саме англійці скоротили незручне для них слово *genever* до *gin*, що звучить як – джин. Його виробляли шляхом перегонки і подальшого настоювання в дубових бочках ячмінного спирту з ялівцем, завдяки чому смак джину нагадував віскі.

Вільям III Оранський також полюбляв джин, хоча цей напій був надто дешевим для короля. Виробники стали експериментувати з його рецептурою, додаючи до нього цедру і прянощі (аніс, фіалкове коріння, корицю тощо), поки не створили напій, гідний короля.

Порівняно із сучасним напоєм, ранній джин був солодшим. Тільки в XIX ст. був створений сухий джин (*dry gin*), який вживали разом із хініновим тоніком. Такий коктейль (джин-тонік) використовували як протималарійний засіб.

Оскільки зниження міцності джину негативно впливало на аромат напою, на законодавчому рівні прийняли рішення випускати джин міцністю не менше 37,5%.

Популярність джину зумовлена приємним смаком напою, м'якішим, ніж у горілки.

Найвідомішими видами напою є нідерландський, плімутський джин і Old Tom. Останній виробляють за рецептами XVIII ст., його особливістю є додаткове підсолоджування цукровим сиропом. Найпоширеніший вид напою «London dry gin».

Нідерландський джин має меншу міцність, його виробляють із ялівцю і зернового суслу. Виділяють такі **види нідерландського джину**:

- *Longe* – молодий і недорогий вид джину;
- *Oude* – середній, витриманий напій бурштинового кольору;
- *Zeer Oude* – старий, вважається найдорожчим серед нідерландських джинів; ароматичний напій соломяного кольору.

**Англійський джин** прийнято поділяти на:

- *London Dry Gin* – напій найвищої якості (не містить цукру);
- *Plymouth Gin* – переважно виробляють із пшениці (тільки у місті Плімут). Міцність напою регулюють додаванням дистильованої води;
- *Yellow Gin* – напій бурштинового кольору, вважається рідкісним;
- *Ароматизований джин* – його отримують шляхом вимочування ароматичних компонентів у джині.

Для повного розкриття смаку напою потрібно знати, як його правильно пити. Джин – це аперитив, який п'ють охолодженим і вживають до початку трапези. Смак напою досить специфічний, тому англійці кажуть, що «він холодний, як метал». До джину подають лимони, маслини; він добре поєднується з сирами, маринованою цибулею, каперсами, корнішонами. В розбавленому вигляді його вживають із колою, водою, соками у співвідношенні 1:1, 1:2 і навіть 1:3, залежно від уподобань. Джин також використовують для приготування багатьох популярних коктейлів («*Gin-tonic*», «*Bronx*», «*Gibson*», «*Paradise*», «*Negroni*», «*Singapore Sling*», «*White Ledi*», «*Dry Martini*», «*John Collins*» та ін.)

Відомими марками джину вважають «*Aurantia*», «*Rutte*», «*Gelery Gin*», «*Bols Genever*» (Нідерланди), «*Beefeater*», «*Gordons*», «*Bombay Sapphire*», «*Tanqueray*», «*London Hill*» (Велика Британія), «*James Brooks*», «*Hendrick's gin*» (Шотландія), «*Finsbury*», «*Wilmore*» (Німеччина), «*Seagram's*» (США) та ін. Голландські, американські та російські джини, крім ялівцю, містять ще й інші ароматичні речовини.

## **16.2. Міцні спиртні напої на основі фруктів**

### **16.2.1. Бренді виноградне: походження, різновиди, класифікації, особливості споживання**

**Бренді** (англ. *brandy*, скорочено від *brandywine*; нім. *Brandewijn* «палене вино») – міцний спиртний напій; загальний термін для позначення продуктів перегонки виноградного вина, фруктової чи ягідної бражки, виноградних вичавок. Використовується як назва коньяків, вироблених не у Франції, або ж виготовлених у Франції, але

за межами виноробного району Пуату-Шаранта. Міцність напою коливається в межах 36-40%.

Такі напої не очищають так старанно, як горілчаний спирт, тому вони мають характерний смак і аромат тих плодів, з яких їх отримано. Відомі в світі бренді: з *винограду* – найвідоміше в світі бренді – коньяк, арманьяк та марк, з *яблук* – кальвадос, зі *слив* – сливовіца, з *вишень* – кірш та черрі, з *груш* – вільям, з *абрикосів* – палінка, з *персиків* – піч-бренді, з *суниць* – фрез резерв, з *артишоків* – синар, з *ожини* – блекбері, кавове бренді тощо.

**Коньяк** – найкращий у світі сорт бренді – міцний алкогольний напій бурштиново-золотистого кольору, зі складним ароматом із відтінками ванілі і м'яким гармонійним смаком, виготовлений у результаті перегонки білих сухих виноградних вин із подальшою витримкою в дубових діжках. Вміст спирту коливається від 40 до 55%.

Відповідно до міжнародного права, походить від округи міста Cognac (регіон Нова Аквітанія, Франція), де вапнякові ґрунти і м'який вологий клімат, разом із особливою технологією перегонки дають дивовижний результат. У 1909 р. був виданий спеціальний декрет, згідно з яким встановлювались межі території, де продукція у вигляді виноградного бренді мала право називатися коньяком.

Оскільки всі відомі сорти коньяку – це суміш напоїв різної витримки, то **вік** їх на етикетці не вказується, а тільки початкові букви слів:

- **V.S.** (Very Special) – витримка не менше 2-х років;
- **Superior** – не менше 3-х років;
- **V.S.O.P.** (Very Superior Old Pale) – не менше 4-х років;
- **V.V.S.O.P.** (Very Very Superior Old Pale) і **Grande Reserve** – не менше 5-ти років;
- **X.O.** (Extra Old) – витримка не менше 6 років.

Законодавство Франції забороняє маркувати коньяки старші 6,5 років, бо контролювати їх купаж і якість практично неможливо. З цієї причини унікальним 10-100-річним коньякам часто присвоюють власні імена. А мінімальний вік коньяку у Франції – 2 роки.

Класифікація, яка використовується виробниками з колишнього Радянського Союзу, набагато простіша. У ній виділяють *ординарні*, *марочні* і *колекційні коньяки*.

*Ординарні коньяки* маркують **зірочками**, кожна з яких вказує на рік витримки спирту в дубових бочках. Наприклад, якщо на пляшці 5 зірок, то коньяк п'ятирічної витримки. Вітчизняних коньяків витримкою менше 3-х років не буває (теоретично), Закон України «Про виноград

та виноградне вино» (від 16.06.2005. – № 2662-IV) забороняє використовувати настільки молоді коньячні спирти.

На *марочних коньяках* є літерні позначення:

- **КВ** (Коньяк Витриманий) – не менше 6-ти років витримки;
- **КВВК** (Коньяк Витриманий Вищої Якості) – мінімум 8 років;
- **КС** (Коньяк Старий) – не менше 10-ти років;
- **ОС** (Дуже Старий) – вік напою не менше 12 років.

*Колекційними* вважаються коньяки, що мають витримку понад 23 роки. Це дуже дорогі напої, що купуються заможними поціновувачами для приватних колекцій.

Коньяк – це напій-дигестив, який, як правило, подають після других страв, перед сервіруванням кави або чаю, після завершення обіду чи вечері. Неможливо відчутися смак і букет коньяку, якщо його вживати під час їжі. Коньяк не охолоджують як горілку, а подають за кімнатної температури (16°C) або ж підігрівують теплом долоні в коньячній чарці місткістю 25 см<sup>3</sup>, що має форму невеличкої бочечки. Використовують також келихи тюльпаноподібної форми місткістю 100-125 см<sup>3</sup>, але наливають лише 25 см<sup>3</sup> напою. Така форма келиха дозволяє краще утримувати аромат напою.

Вживання коньяку – це «урочистий ритуал», оскільки спочатку він потребує оцінки кольору, запаху, а вже потім – смаку. Відтінок коньяку свідчить про його вік: світло-солом'яний – притаманний наймолодшим коньякам, солом'яно-жовтий, бурштиновий, золотий і вогняно-червоний – старішим. Вдихаючи аромат коньяку, можна відчутися різні запахи: квіткові (фіалки, ірису, троянди, жасмину, каштану та ін.) чи фруктові (груші, черешні, сливи, айви, грейпфрута, чорносливу, цедри апельсину, персика, абрикоса). Тільки після цього коньяк дегустують, відчуючи, наскільки добре він поширюється в роті, справляючи враження «хвоста павича» (ніби він розкривається в роті)

Із коньяком добре поєднуються кава (переважно із коньяком XO), сигара (спеціально підібраний сигарний коньяк) і шоколад (бажано VSOP чи XO). Для приготування змішаних напоїв використовують здебільшого ординарний коньяк, який найвдаліше поєднується з молоком, вершками, морозивом, кавою, чаєм, апельсиновим і лимонним соками, сиропами і лікерами, газованими напоями.

**Арманьяк** (*Armagnac*) – міцний алкогольний напій, виноградне бренді, яке походить із однойменного регіону, розташованого на південному заході Франції (провінція Гасконь), і контрольований за походженням. Там його вперше виготовили ще в 1411 р., і це

справедливо робить його найстарішим дистильованим напоєм в Європі. Спочатку цей напій не витримувався, але з 1909 р. виробники, борячись за збільшення його реалізації, стали витримувати спирти міцністю 52-70% в дубових бочках.

За традицією його одержують із тих же сортів винограду, що й коньяк, а також і з місцевих. На відміну від коньяку, арманьяк іноді виробляють з винограду одного року. І тоді на етикетці зазначають «*Millesime*» і рік дистиляції.

Арманьяк отримують дистиляцією білих вин із пізнішою витримкою в дубових діжках від 3-х до 20-ти років. Перегонка вина відбувається у апаратах, призначених спеціально для виготовлення арманьяку. Для нагрівання використовуються винятково дубові дрова. Переганяють тільки один раз упродовж тривалого часу, завдяки чому він має багатший смак і аромат. У результаті утворюється спиртний напій міцністю від 55 до 65%, із насиченим ароматом і витонченим смаком.

Всім арманьякам присвоюють рівень якості залежно від того, скільки часу спирт витримувався в бочці: **VS** (від 1 до 3-х років), **VSOP** (від 4 до 9-ти років), **Наполеон** (від 6 до 9-ти) і **XO** (10 років і більше). На деяких із них зазначають певний вік (наймолодшого спирту у бленді). На вінтажних арманьяках вказують виключно рік урожаю.

**Метакса** – найвідоміша марка грецького виноградного бренді, що була заснована в 1888 р. Спіросом Метаксосом. Першу фабрику для виробництва нового напою збудували в Піреї. Під час земляних робіт випадково знайшли стародавню грецьку монету, яка згодом стала фірмовою емблемою напою.



Рецепти Метакси зберігаються в таємниці вже понад століття. Відомо лише, що напій отримують шляхом подвійної дистиляції вина з трьох областей Греції – Атики, Криту і Коринфу. Відтак спирт витримують в дубових бочках від 3 до 15 років. Після цього 60%-ий спирт змішується зі спеціальним сортом мускатного вина однорічної витримки, настоянкою трав і пелюсток троянди. Отриманий напій ще раз витримують в бочках не менше шести місяців при 6°C. Після фільтрування напій розливають в пляшки.

Метакса виготовляється трьох основних **сортів**:

- 3\* (витримка не < 3-х років);
- 5\* (не < 5-ти років);

- 7\* (як мінімум 7-річної витримки).
- Окрім названих, виробляють:
- «*Metaxa Grand Fine*» (витримка 8-15 років);
  - «*Metaxa Private Reserve*» (з додаванням спиртів 70-річної витримки з винотеки «Будинку Метакса»);
  - «*Metaxa Angel's Treasure*» (суміш мускатного вина з Самосу та виноградного спирту, витриманого понад 50 років у діжках із французького дуба);
  - «*Metaxa Honey Shot*» (з додаванням меду чайної троянди);
  - «*Metaxa AEN*» (випущена в 2008 році на честь 120-річчя бренду з додаванням спиртів 80-річної витримки, настояна на цедрі червоних апельсинів і смажених волоських горіхах).
- Виключно на території Греції поширені сорти 12 та 30 зірок.

**Марк** — це міцний спиртний напій, виготовлений з виноградних вичавок. Перегінний апарат дозволяє дистилювати цю масу, у результаті чого з'явився напій, що істотно відрізняється від того, який отримують, переганяючи столове вино. Після дистиляції спирт містить 52-71% алкоголю. Його міцність зменшують до 40% спирту. Марки виготовляють, як правило, з *мезги*, яку отримують **від виробництва червоних вин**.



У Франції марки є регламентованими спиртними напоями, що повинні відповідати певним стандартам. Нерегламентовані спиртні напої з мезги не мають права називатися марками. На етикетці таких напоїв обов'язковим є напис «Спиртний напій на основі марка».

Марк споживають у чистому вигляді, оскільки присутність таніну не дозволяє змішувати його з іншими напоями. Він поліпшує травлення, тому марк подають як післяобідній дигестив.

Аналогічна технологія використовується в багатьох виноробних країнах, де отриманий в результаті дистиляції виноградних вичавок напій має різні назви: *grappa* (Італія; Каліфорнія, США), *bagaceira* (Португалія), *aquardiente* (Іспанія).

**Граппа (Grappa)** – італійський алкогольний напій міцністю від 35% до 60% алкоголю, вироблений із вичавок червоного винограду (м'якоті, кісточок і шкірки), які залишаються в процесі виробництва вина. Після дистиляції граппа може витримуватися.

Спочатку напій вироблявся швидше для утилізації відходів виробництва, ніж для отримання прибутку. На сьогоднішній день граппа продається практично у всіх країнах світу. Вперше вона була вироблена в м. Бассано-дель-Граппа (звідки і назва).

Молода граппа вживається охолодженою до температури 9-13°C, якщо ж це витриманий напій, то температура подачі – 17°C. В Італії вважається правильним пити її як дигестив, подавати в спеціальному тюльпаноподібному келиху.



Граппу п'ють, не змішуючи з іншими напоями, але в Італії її іноді додають до еспресо (називається такий напій *Caffè Corretto*).

**Класифікація** граппи:

- *Giovane* – молода граппа (*Bianca*), безбарвна;
- *Affinata in legno* – витримується впродовж 6-ти місяців в дерев'яних бочках, має гармонійний і м'який смак;
- *Invecchiata* – граппа, витримка якої не менше 12-ти місяців;
- *Stravecchia* – витримується не менше 18 місяців; іноді називають *rizerva* (Різерва).

Якщо у вичавках міститься як мінімум 85% винограду одного сорту, то така граппа може називатися односортовою (*monovitigno*). Інші сорти граппи називають багатосортними (*polivitigno*).

**Чача** – грузинський і абхазський міцний спиртний напій, який виготовляють з винограду і виноградних вичавок. Відповідно до сучасних класифікацій, відноситься до класу виноградних бренді, є аналогом італійської граппи. Міцність напою становить 45-50%, іноді – 60% і вище. Здебільшого безбарвна, іноді має рожевий або жовтуватий відтінок. В Грузії чачею називають будь-який фруктовий самогон, не тільки з винограду, але й з інжиру, мандаринів, апельсинів, аличі чи туті (ягід шовковиці).



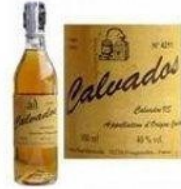
### 16.2.2. Плодово-ягідні бренді

**Плодово-ягідні бренді** – це ароматичні міцноалкогольні напої, які отримують перегонкою зброджених плодових соків із подальшою витримкою в дубових діжках не менше 3-х років. Об'ємний відсоток спирту – 30-40%. Їх сировиною є ожина, полуниця, малина, яблука, вишні, сливи, айва тощо.

Найкращим вважають американське яблучне бренді «*Applejack*», у Франції цей напій називають «Кальвадос». В Сербії виготовляють айвовое бренді. Сливове бренді виробляють у Швейцарії, Угорщині, Сербії, Молдові, вишневе – у Франції, Швейцарії, Угорщині.

Фруктово-ягідні бренді добре поєднуються з однотипними лікерами і різними соками.

**Кальвадос** (фр. *Calvados*) – яблучне бренді, що за назвою походить від департаменту Кальвадос (Нижня Нормандія, Франція). Кальвадосом може називатися тільки напій, вироблений в одній із одинадцяти чітко позначених місцевостей Нормандії.



Кальвадос виробляють шляхом перегонки яблучного сидру з яблук спеціального сорту, багатих на тиміни, які зберігають яблучний аромат. Вміст алкоголю 40-45% об'ємного спирту.



**Вишневе бренді** (*cherry-Brandy*) («*Kірш*» або «*Кіршвасер*») – безбарвний чистий дистилат з вишні (або черешні). Однак його традиційно вважають особливим напоєм, що відрізняється від інших фруктових бренді. Переважно його виробляють в Ельзасі і Франш-Комті на сході Франції. Своєрідний кірш виробляють також у Шварцвальді (Західна Німеччина) (звідси і німецька назва – *Kirsch*, що означає «вишня»).

Головний секрет кірша в тому, що з вишень не виймають кісточки – саме вони надають мигдального характерного присмаку. Зазвичай кірш проходить короткий період визрівання, але не в бочках, а в чанах, вкопаних у землю, тому залишається безбарвним. Справжній кірш виробляється з чорної вишні «Морелло». Однак сьогодні частіше основою напою є червоні сорти вишні. Кірш виробляють також у Швейцарії та Австрії.

Вишневий кірш споживається не тільки в чистому вигляді, він є складовою деяких коктейлів, таких як «Флорида», «Шварцвальд», «Леді Фінгер», «Кірш&Кассіс» і «Роуз». Додають кірш у лікери та шампанське. Його часто використовують для приготування випічки. Знаменитий соковитий німецький торт «Чорний ліс» («Шварцвальд») просочують ним. Напій застосовують і як начинку для шоколадних цукерок. Фігурує кірш і у швейцарському сирному фондю.



**Грушеве бренді («Вільямс»)** – міцний алкогольний напій (бренді), який дистилується з сорту жовтої груші Вільямс (Williams). Міцність напою 45%. Його батьківщиною вважається Швейцарія, де він відомий під назвою Вільяміна.



Виробляється напій подвійною дистиляцією. Ароматне бренді з груш сорту Вільямс може називатися Вільямс, Вільямс Крайст (Williams Christ) або Вільямсберн (Williamsbirne). Прикладом може бути бренді «Пуаре Вільямс Резерв» (Poire Williams Reserve), що виробляється у французькій провінції Ельзас. Старовинна технологія дозволяє отримати напій із сильним грушевим ароматом. Бренді Вільямс, як правило, дозріває 2-3 роки.

Досить часто у пляшці міститься ціла грушка. Для цього пляшку прикріплюють до дерева так, щоб фрукт ріс всередині. Коли плід досягає, його разом із пляшкою знімають з дерева, заливають бренді, виготовленим із цього ж сорту груш. Такий спосіб виробництва напою застосовують для збереження повного плодового букету.



**Бренді зі слив (Сливовиця)** – сливова ракія (бренді) поширена в усіх балканських країнах, а також Угорщині, Словаччині, Чехії та ін. В Румунії аналогічний за технологією виробництва напій називають *сливовою палінкою (pălincă prune)* або *цуйкою (țuică)* і вважають національним міцним напоєм (різниця між назвами полягає в тому, що цуйку виробляють виключно зі слив, тоді як палінку – шляхом дистиляції різних фруктів – грушок, абрикосів, слив, яблук). Сировиною слугує зброджений сливовий сік. Піддають подвійній дистиляції. Відомий в Австрії та Німеччині напій, виготовлений аналогічно, називається *сливовим шнапсом (Pflaumenschnaps)*.

В Німеччині, Швейцарії, Румунії виробляють бренді з чорносливу. У Франції його називають брюно (bruno).

Існують різні варіанти напою, які відрізняються технологією виготовлення, його витримують 5-8 років, міцність коливається від 45% до 75% спирту. Найкращу сливовицю виробляють в Боснії та Сербії.

В 2007 р. сербська ракія з назвою «сербська ракія сливовиця» отримала сертифікат Європейського Співтовариства, ставши першим захищеним продуктом Сербії, що має географічне походження.

Готову сливовицю вживають по-різному: одним до смаку охолоджений напій, іншим – бренді кімнатної температури. У Чехії ракію перед вживанням підігривають. П'ють із невеликих чарок або келихів для віскі. На Балканах подають як аперитив або дигестив. Не прийнято змішувати сливовицю із соком чи іншими неалкогольними напоями.

**Абрикосове бренді (Apricot Brandy)**, всупереч назві, відносять до категорії лікерів, що обов'язково зазначається на пляшці. Його міцність – 20-30%. Колір різниться від ніжно-золотавого до глибокого помаранчево-коричневого відтінку. Смак напою – легкий, фруктовий, з коньячно-дубовими і мигдальними нотками.



Виробляють так: абрикосовий лікер, настоянку чи дистилат з абрикосів змішують із бренді. У виробництві задіяні м'якоть, сік, а іноді й кісточки свіжих плодів. При цьому в готовому напої жодних фруктів немає, їх ретельно відфільтровують для прозорості напою. Витримування в бочках збагачує бренді фірмовими дубово-терпкими нотками.

Оскільки склад і смакові якості абрикосових бренді подібні, то поділити їх на види легше за виробниками з різних країн. Особливо вирізнялися Нідерланди, Італія та Вірменія:

- *Bols Apricot Brandy* (Нідерланди) – відомий нотками мигдалю і коньячним присмаком. Історія компанії Лукас Болс бере свій початок з 1575 р. в Амстердамі. За такий тривалий час вона прославилась оригінальними рецептами лікарських настоянок, що передавались у спадок в суворій таємниці. І навіть коли сім'я Болс була змушена продати бізнес через 300 років після старту, ім'я Lucas Bols за умовами контракту назавжди було закріплене в назві компанії і на пляшці абрикосового бренді;

- *De Kuiper (Де Кайпер) Apricot Brandy* (Нідерланди) має м'який і свіжий смак, завдяки чому не потребує супутників у чарці, за винятком льоду. Міцність абрикосового бренді – 24%;

- *Wenneker (Веннекер)* – голландський лікер, що отримав Срібну (2008 р.) і Бронзову (2010 р.) медаль на Міжнародному конкурсі вина і спиртних напоїв;

- *Volare Apricot Brandy* виробляють в Італії з місцевих абрикосів, зібраних вручну;

- *Armeniaca 365 wines* виробляють з найкращих абрикосів Араратської долини у Вірменії. Міцність напою – 45%, що нагадує коньяк із абрикосовими нотками.

Абрикосове бренді вживають: у чистому вигляді; у складі багатьох коктейлів; як один із інгредієнтів для десертів (морозива, випічки, крему) або фруктових салатів.

*Бренді з персиків («Peach Brandy»)* – це прозорий і безколірний напій міцністю 35%, отриманий із персиків.

*Бренді з артишоків («Synar»)* – аперитив міцністю 16,5% виробляють в Італії в невеликій кількості методом дистиляції із соку домашньої рослини, ароматизованого різними травами. Має специфічний смак, вживають до італійських ковбасних виробів. На півдні Німеччини «Synar» люблять вживати разом із пивом.

Маючи низький вміст цукру, суніці довго були проблемою для дистиляторів. В 1913 р. французові Ежеку Массне вдалося таки її дистилювати. В наші дні в Ельзасі за особливою технологією, що зберігається в таємниці, виробляють *суничне бренді (Frez Reserve)*. Після дистиляції суніці отримують прозорий напій, який потім дозріває впродовж 1,5-4 років в ємкостях з нержавіючої сталі. Спочатку міцність становить 65-70%. Незадовго до розливання в пляшки додають дистильовану воду, знижуючи міцність до 45%, за якої проявляється смак і аромат ягід.

Аналогічно виробляють *малинове бренді (Frambuase Reserve)* в провінції Ельзас дистиляцією малини (малинового жому). Використовуються як свіжі некондиційні ягоди, так і відходи промисловості з виробництва соків, а також сушена ягода. Бренді дозріває приблизно 21 місяць, має сильний малиновий смак і аромат, міцність 45%.

В тому ж Ельзасі за старовинною технологією отримують *чорничне бренді*, з насиченим ароматом і міцністю 45%.

Напій *Blackberry brandy* виробляють шляхом перегонки ферментованого суслу ожини. Це бренді міцністю 40-42% витримується в дубових діжках.

Існують марки т.зв. «складних бренді», які виготовляють, комбінуючи різні види сировини, або з однієї сировини, але з додаванням ароматизаторів. Наприклад, *бамтерскотч (Butterscotch brandy)* – бренді з винограду чи фруктів, ароматизоване ірисом, або *кавові бренді (Coffee brandy)* – дистиляція збродженого сусла винограду і фруктів, настояна на кавових зернах. Їх міцність – 40-42%.

Американське бренді виробляється в Каліфорнії: перегонка здійснюється у високих колоноподібних дистиляторах, витримується два роки і більше в білих дубових бочках.

Дорогі сорти бренді подаються після їжі, а ординарні використовуються для приготування коктейлів. Як компонент змішаних напоїв бренді найкраще гармонує з різноманітними лікерами, сиропами й соками.

### **16.3. Міцні спиртні напої на основі різної цукровмісної сировини**

#### **16.3.1. Ром: походження, різновиди і найпопулярніші бренди**

**Ром** (англ. *rum*, ісп. *ron*, фр. *rhum*) – міцний спиртний напій, виготовлений шляхом зброджування і дистиляції побічних продуктів цукрово-тростинного виробництва (патоки і тростинного сиропу). Прозора рідина, отримана після перегонки, зазвичай витримується в дубових чи інших діжках; у спирт переходять ароматичні, фарбувальні і дубильні речовини. Ром набуває коричневого кольору із золотавим відтінком і дещо пекучого смаку, стає прозорим, без осаду. Вміст спирту у ромі – 30-80% (стандартна міцність – 40%).

Вперше ром почали виготовляти в XVII ст. на острові **Барбадос**. До середини XIX ст. ром був звичайним латиноамериканським самогоном: міцний напій із різким смаком, приготувати який міг навіть незаможний селянин; придатний лише для матросів і соціальних «низів». Іспанець Факундо Бакарді, оселившись на початку 60-х років XIX ст. на Кубі, спробував вивести елітний сорт рому, який припав до смаку аристократам.

Назви сортів і різновидів рому зазвичай залежать від місцевості, де він виробляється. Незважаючи на це, зазначені нижче терміни часто використовуються для визначення різних **видів рому**:

- **світлий ром**, або *срібний* чи *білий* – цей вид напою постачається споживачеві, минаючи процес витримки; є прозорою рідиною, без яскраво вираженого смаку; найлегший напій з усього ромового алкоголю; зазвичай використовують як основу для приготування коктейлів;

- **золотий ром** (*бурштиновий*) – витриманий ром середньої густини. Колір можуть давати різні добавки (спеції чи карамель), але історично ром набуває темнішого кольору завдяки витримці в дерев'яних діжках (дубових);

- **темний ром** (*чорний*) – витримується довше від інших видів, в обвуглених бочках. Має насиченіший смак, ніж у світлого чи золотого

рому, відчуються нотки спецій, патоки чи карамелі. Крім використання в коктейлях, темний ром найчастіше застосовують у кулінарії;

- **ароматизований ром** – деякі виробники стали продавати ром із додаванням ароматів фруктів (манго, апельсину, лимона, кокосу); його часто змішують із тропічними напоями з аналогічними смаками;

- **міцний ром** – значно міцніший від звичайного (понад 75%);

- **витриманий ром класу «преміум»**. Будь-який ром витримують упродовж певного часу, і в назвах багатьох брендів роми є слово «аїеґо» («витриманий», від слова *аїо* – рік). Проте до цієї категорії відносять ром, який витримують понад 5 років. Йому притаманний сильніший характер і смак, тому найчастіше його вживають в чистому вигляді, як віскі;

- **ромовий еліксир** – слабший від стандартного (міцність ледь перевищує 30%). Має солодший і насиченіший смак. Вживають у чистому вигляді і не використовують для приготування коктейлів. Найпоширеніша марка такого роми – «Legendario Elixir de Cuba».

Географія роми достатньо широка – цей продукт виробляють в Індії, Австралії та Південній Америці. Найякіснішим вважається ром, створений в країнах Карибського басейну: на Кубі, Барбадосі, Ямаїці, в Тринідаді і Тобаго, Домініканській Республіці, Мартиніці.

Серед основних брендів роми найвідоміші такі: «Ron Barcelo» і «Brugal», «Matusalem» (*Домініканська Республіка*), «Havana Club» (*Куба*), «Bacardi» (*Пуерто-Рико*), «Captain Morgan» (*Ямаїка*, розливають у Великобританії), «Appleton Estate» (*Ямаїка*), «Mount Gay» і «BUMBUR» (*Барбадос*), «Bristol Classic Rum», «Bundaberg» (*Нікарагуа*), «Myers», «Malibu Rum», «Ron Rico», «Pusser's», «Murhy's», «Angostura» (*Тринідад і Тобаго*), «Chairman's Reserve» (*Сент-Люсія*), «Stroh» (*Австрія*), «Takamaka» (*Сейшели*), «Rhum J.M.» і «Clement» (*Мартиніка*).

В Україні ром не виготовляється.

Ром чудово поєднується з усіма соками, проте найкраще – з лимонним, а також з кокосовим молоком, сиропом «Grenadine», блакитним лікером «Curacao» тощо. Світлий ром використовується як основа для коктейлів («Мохіто», «Куба Лібре»), темний – можна вживати гарячим у складі грогів, де його змішують із цукром, лимонним соком, корицею та гарячою водою. Витриманий ром п'ють чистим, як дижестив.

**Кашаса** (португ. *Cachaça*) – міцний алкогольний напій Бразилії, отриманий шляхом дистиляції перебродженого соку цукрової тростини. Міцність – 39-40% спирту. Іноді її витримують в дерев'яних бочках. За законом витриманою вважається кашаса, яка не менше як на половину складається з напою, що витримувався в бочці не менше року. Триває витримка здебільшого від пів року до трьох.



У Бразилії розрізняють кашасу з фазенди і фабричну. Експортують другу, але більше цінується перша. Кашаса з фазенди виробляється за старим традиційним способом, тому її партії невеликі та рідко потрапляють за межі Бразилії.

Кашаса буває різна. Найдорожча нагадує добрі віскі чи коньяк, а за кольором – слабкий чай з лимоном. Біла кашаса використовується в основному для приготування коктейлів (наприклад, *Caipirinha*).

Кашаса – частина культури Бразилії, її національний напій, тому на державному рівні ухвалено рішення про надання *Cachaça* статусу комерційної назви міцного алкогольного напою, який отримують з цукрової тростини.

**Арак** (означає *солодкий*) – міцний алкогольний напій золотисто-жовтого кольору, поширений в країнах Близького Сходу. Арак одержують шляхом перегонки перебродженого рисового чи фінікового затору з додаванням меляси з цукрової тростини. В Індії, Шрі-Ланці, Бангладеші замість патоки додають сік пальми. Арак також готують на спирті з соку пальм, фініків, проса, рису і інших рослин, що містять цукор. Витримують в дубових бочках. Вміст спирту – від 32 до 58%.

### **16.3.2. Текіла: особливості виробництва, різновиди**

**Текіла** (Tequila) – напій, що виробляється з соку блакитної агави, наукова назва якої *Agave Tequilana*, а місцева, мексиканська – *мескаль*. Згідно з мексиканськими законами, текіла може вироблятися тільки на території 5 штатів: Халіско (виробляють найкращі сорти), Гуанахуато, Мичоакан, Наярит і Тамауліпас, де кліматичні і ґрунтові умови особливо сприятливі для зростання блакитної агави. Назву напою дало селище Текіла. Саме там в 1758 р. дон Хосе Антоніо де Ґуерно розпочав виробництво цього продукту.

Збір урожаю для виробництва текили здійснюється за сучасними стандартами виробників лише на 12-й рік життя блакитної агави.

**Виробництво** текили відбувається в 7 етапів:

- *збір урожаю*, під час якого хімадори (збирачі агави) відтинають колюче листя й коріння агав, отримані серцевини розрубують на декілька частин для зручності транспортування і відправляють в печі, де вони проходять теплову обробку;

- *запікання* потрібне для запуску процесу бродіння, в якому беруть участь лише прості цукри. У агаві ж містяться складні, температурна дія на які розщеплює їх на прості;

- *подрібнюють* запечену агаву на спеціальній механічній терці, після чого цю подрібнену масу чавлять великим кам'яним колесом, отримуючи з агави сік;

- *бродіння і ферментація* спрямовані на перетворення цукрів на спирти. Для цього до соку агави додають дріжджі для бродіння і виливають у великі дерев'яні чани або чани з нержавіючої сталі для ферментації, внаслідок чого отримують сусло з низьким вмістом алкоголю (менше 18%);

- *дистиляція* збільшує міцність напою. Зазвичай використовують мідний перегінний куб. Кількість циклів дистиляції залежить від виробника. Згідно з законом, потрібно принаймні дві перегонки, після чого отриманий напій розводять водою до необхідної міцності;

- *розлив*;

- *витримка*. Процес старіння текили може тривати від 2-х місяців до 3-х років, внаслідок чого посилюється її аромат і пом'якшується смак. Для отримання елітної текили її витримують більше трьох років. Процес старіння зазвичай надає напою золотистого кольору.

Відповідно до тривалості **витримки**, розрізняють такі **види** текили:



- *Blanco* або *plata* («біла» або «срібна») – витримана не більше 2-х місяців у бочках з нержавіючої сталі або нейтрального дуба;

- *Reposado* (що «відпочила») – текила, витримана від 2-х місяців до року (але не більше) в маленьких дубових бочках;

- *Añejo* («витримана» або «вінтажна») – текила, витримана від 1 до 3-х років в невеликих дубових бочках;

- *Extra Añejo* («екстра») – текила, витримана не менше трьох років в дубових бочках. Ця категорія була створена у березні 2006 року.

Відомі також такі види текили, як *Gold* («золота») і *Joven*. Як правило, це «срібна» текила з додаванням зернових спиртів і карамелевого кольору. Проте деякі високоякісні «золоті» текили можуть бути сумішшю blanco і reposado.

Міцність класичної текили *blanco* 50 градусів. Перш ніж розлити її по пляшках, текилу розбавляють водою до 38 % спирту.

Шанувальники текили п'ють її виключно в чистому вигляді. Інший спосіб – із сіллю (перцем), лимоном (лаймом). Її можна пити також у вигляді різноманітних коктейлів та сумішей: з анісовою горілкою та льодом, грейпфрутовим або гранатовим соком і тертим пекановим горіхом; іноді текилу просто розводять газованою водою, лимонадом. Текила є головним компонентом коктейлів «*Margarite*» і «*Sunrise*», що стали популярними після згадки в шлягері рок-групи *Eagles*.

#### 16.4 Бальзами, лікери, наливки та настоянки

**Бальзám** (з грец. *balsamon*, що перекладається як лікувальний засіб, а також густий запашний сік з розчинених в ефірних оліях смол, інших рослинних речовин) – міцний алкогольний напій, що увібрав в себе безліч ароматних настоїв цілющих трав, коріння, плодів, різних ефірних олій. Саме ці натуральні добавки надають бальзаму своєрідного коричневого кольору, широкої гама смакових відтінків й аромату. Міцність напою – 40-45%. Тут рослинна сировина є в основному засобом від застудних, шлунково-кишкових захворювань. Бальзами збуджують апетит, мають стимулюючу та тонізуючу дію.

**Лікер** – міцний солодкий алкогольний напій, виготовлений із заспиртованих фруктів та ягідних соків, настоянок духмяних трав із додаванням кореневищ, прянощів, вершків тощо. Вміст цукру – до 35%, спирту – до 45%. Перші лікери, які виготовляли ще в XI столітті, називались еліксирами. Сировиною для них є водно-спиртова настоянка ягід, плодів, прямих рослин тощо. Настоянки змішують з цукром, спиртом, додають барвники. Суміш фільтрують і витримують у дубових бочках. Залежно від основного складника розрізняють лікери трав'яні, пряні, гіркі, фруктові, ароматизовані і лікери типу віскі.

##### **Класифікація лікерів:**

За вмістом спирту і цукру лікери діляться на кілька груп:

1. **Міцні лікери** роблять здебільшого на спиртах, отриманих настоюванням і перегонкою ефірно-олійної сировини. Вони містять 35-45% спирту і 32-50 % цукру («Кристал», «Бенедиктин», «М'ятний», «Південний», «Шартрез»).



2. **Десертні лікери** роблять на плодово-ягідних спиртах і морсах, настоях і ароматизованих спиртах з ефірно-олійної сировини, 25-30% спирту, 35-50% цукру («Абрикосовий», «Вишневий», «Полуничний», «Лимонний», «Малиновий», «Трояндовий», «Шоколадний» тощо).

3. **Лікери-креми** готують як і десертні, на спиртованих морсах, настояних ароматизованих спиртах і ефірних маслах, з додаванням вершків; мають гущішу консистенцію і містять 20-35 % спирту, 49-60 % цукру («Абрикосовий», «Малиновий», «Горобиновий», «Шоколадний»).

### Популярні марки лікерів

**Куантро́** (фр. *Cointreau*) – французький прозорий апельсиновий лікер з квітково-фруктовим ароматом на основі коньяку міцністю 40%.

Рецепт лікеру був розроблений Едуардом Куантро, який почав його виробництво в 1875 р. Спочатку використовувалися апельсини з Антильських островів, а пляшка мала квадратну форму. Сьогодні власником марки є французька компанія Rémy Cointreau.

Куантро поєднує смак гірких і солодких апельсинів. Гіркі апельсини збирають ще нестиглими, коли їх шкірка має найвищий вміст ефірної олії. Цедру знімають вручну, відокремлюючи білу внутрішню частину, і висушують її на сонці (деякі солодкі сорти апельсинів, які одержують з Іспанії та Бразилії, використовують у свіжому вигляді).

*Коктейлі на основі Куантро:* «Куантрополітен», «Б-52», «Біла леді», «Маргарита», «Серцеїд», «Лонг Айленд».

**Кюрасао** (*Curaçao*) – ароматний лікер, що виробляється на основі винного спирту з додаванням висушеної апельсинової шкірки, мускатного горіха, гвоздики і кориці. Вміст спирту – 30%.

Батьківщина цього напою – острів Кюрасао, який входить до складу голландських островів Вест-Індії (в Карибському морі).

Існує багато різновидів Кюрасао: білий (White Curaçao), зелений (Green Curaçao), помаранчевий (Orange Curaçao), блакитний (Blue Curaçao).

Один із популярних *коктейлів*, який готується з додаванням лікеру Блю Кюрасао (Mopin Blue Curaçao) – «Блакитні Гаваї» зі світлим ромом, кокосовим молоком і ананасовим соком.



**Тріпл-сек** (від фр. *Triple Sec* – «потрійний сухий») – лікер з ароматом апельсина, схожий на «Кюрасао», але менш солодкий і безбарвний із вмістом алкоголю – 15-40%. Був винайдений в 1834 р. Жан-Батистом Комбі (м. Сомюр (Saumur), Франція) і призначався для додавання до цукерок і шоколаду на його власній кондитерській фабриці. Лікер використовується при приготуванні «Маргарити». Виробництво лікеру залишається незмінним упродовж багатьох років.



**Єгермейстер** (нім. *Jägermeister* – старший єгер) – популярний німецький міцний лікер, настояний на травах, міцністю 35%. Належить до категорії бітерів.



Випускається з 1935 р. компанією Mast-Jägermeister AG, розташованою в м. Вольфенбюттель (Нижня Саксонія, Німеччина). Рецепт лікеру спочатку був розроблений як лікарський засіб для поліпшення травлення. З 1970-х років експортується в десятки країн світу.

Лікер отримують шляхом мацерації 56 компонентів (точний склад є таємницею) – рослин (в т.ч. лакриці) та їхнього коріння, шкірок – і 12-місячної витримки (6 місяців з них – у дубових бочках). Всупереч чуткам, лікер не містить крові оленів.

На етикетці пляшки з лікером зображений олень з хрестом між рогами, який за легендою привидівся святому Губерту, покровителю мисливців.

Єгермейстер вживається охолодженим в чистому вигляді залпом (як дигестив) або у складі коктейлів.

**Бенедиктін** (фр. *Bénédictine*) – міцний французький лікер на основі спирту з цукрового буряка, трав і меду. Міцність 40% алкоголю.

Бенедиктин винайшов в 1510 році монах Дон Бернардо Вінцеллі з монастиря св. Бенедикта в Фекані (Нижня Нормандія, Франція).

На ярлику кожної пляшки «Бенедиктину» написані ініціали DOM, які означають «Deo Optimo Maximo», що перекладається як «Господу, Кращому, Найбільшому» і



є девізом Бенедиктинського Ордену. За іншою версією, ці слова (інший переклад DOM: «Слава Господу, превеликому, могутньому і найдобрішому!») виголосив дон Бернардо Вінцеллі, коли спробував створений ним лікер, і назвав його на догоду Богові «Бенедиктин», тобто «Благословенний».

Лікер «Бенедиктин» готується настоюванням коньяку на особливих травах, зібраних на березі моря. Коньяк виробляють тут же, на величезному заводі в готичному стилі, при якому є цікавий музей місцевих старожитностей.

У бурхливі і трагічні часи Великої французької революції абатство було закрито, а рецепт «Бенедиктину» втрачений. Однак, як свідчить місцева легенда, в 1863 р. нормандський виноторговець Олександр Легран знайшов старовинний фоліант із зашифрованими рецептами ченців і зумів відновити один із них. У 1876 р. Легран створив компанію «Бенедиктин», домігшись від глави ордена офіційного дозволу на ексклюзивне право виробляти лікер. Розбагатівши на лікері, заповзятливий Легран збудував в Фекамі музей-палац, назвавши його «Палац Бенедиктину».

Три види Бенедиктину (ординарний, витриманий і V&V) виробляються і сьогодні, вони користуються заслуженою популярністю.

Склад напою зберігають у найсуворішій таємниці. Нібито тільки 3 людини одночасно можуть знати всі нюанси його приготування. Відомо, що до складу входять: ялівець, шафран, арніка, меліса, чай, чебрець, коріандр, гвоздика, лимон, ваніль, апельсинова цедра, мед і кориця та ін. (всього використовується понад 27 різних трав).

Бенедиктин вживається в чистому вигляді з льодом, або використовується для приготування *коктейлів* (наприклад, «Обліпиховий тодді», «Лікі», «V&V» або «Шотландський смеш»), а також цінується шанувальниками кави з лікером.

**Шартрез** (фр. *Chartreuse*) – французький лікер, виготовлений ченцями картезіанського ордена у винних льохах Вуарона в Ізері, на кордоні гірського масиву Шартрез.

Існують три основні **різновиди** лікеру Шартрез:

- **зелений** – має унікальний колір завдяки настою зі 130 трав, що входить до його складу (зелений пігмент – це хлорофіл). Міцність – 55%. Його вживають із льодом після їжі, як дигестив або в коктейлях;
- **жовтий** – виготовлений із тих же трав, що й зелений, проте в

інших пропорціях. Він солодший і не такий міцний (міцність 40%). Пігмент, що визначає колір напою, — шафран;

- **рослинний еліксир «Гранд-шартрез»** – виготовлений за оригінальним рецептом, розробленим ще у 1605 році. Його міцність 69%. Вживається у грогах, настоянках або зі шматочком цукру.

Є **особливі види** Шартреза:



- **Шартрез V.E.P. (Viellissement Exceptionnellement Prolonge)** виготовлений за тим же рецептом, що і традиційний, але має особливо тривалу витримку в дубових бочках, завдяки чому досягається виняткова якість продукту. Випускається у двох варіантах – *Зелений* (міцність 54%) та *Жовтий* (міцність 42%). Розливається в пронумеровані пляшки, дизайн яких копіює зразки 1840 р., а кришка заливається воском;

- **Лікер 900-ліття (Liqueur du 9<sup>o</sup> Centenaire)** був створений у 1984 р. на честь 900-ліття заснування монастиря Гранд Шартрез. Лікер, міцністю 47%, за своїми якостями аналогічний до Зеленого Шартрезу, проте солодший. Розливається в 700-мілілітрові пляшки, які використовувалися ще у XVIII ст.;

- **Шартрез 1605 (Chartreuse 1605 – Liqueur d’Elixir)**, створений у 2005 р. на честь 400-ліття передачі манускрипту з описом рецепту монахам, які відродили «лікер з еліксиру» (міцність 56%). Має смак, близький до першого Зеленого Шартрезу, однак насиченіший.

**Малібу (Malibu)** – спиртний напій із вмістом рому, що виготовляється на Барбадосі, з натуральним екстрактом кокосових пальм. Містить 21% спирту. Власником бренду є Pernod Ricard.

Вперше його почали змішувати і розливати в 1980-х роках. Спочатку продукт вироблявся на о.Кюрасао з ароматизованих фруктових спиртів з додаванням рому і екстракту кокосових пальм.

Для отримання лікеру Малібу барбадоський ром позбавляють різкого запаху і смаку за допомогою меляси (чорної патоки), а потім додають екстракт кокосового горіха і цукор.

Оригінальний кокосовий лікер Малібу має прозорий колір, смак – дуже солодкий з вираженими нотками кокосу.



Крім традиційного рецепту, в основі якого лежить ром і кокос, до складу напою можуть входити екстракти манго, маракуйї, ананасу й банану. Такі лікери відрізняються кольором горловини пляшки.

**Лімончелло** (італ. *Limoncello*) – популярний італійський лимонний лікер. Зазвичай випускається в південній Італії, зокрема, на узбережжі Амальфі, на островах Капрі, у Сицилії, Сардинії.

Лікер виробляють методом настоювання на спирті лимонної шкірки (а не дистиляції), тому в Лімончелло міститься велика кількість вітаміну С. Термін настоювання – зазвичай 3-5 днів. До складу напою входять спирт, вода і цукор.

В Італії Лімончелло – найпопулярніший місцевий напій після Кампарі. Лікер вживають і в чистому вигляді, як дижестив, і як столовий напій або десерт, і як компонент коктейлів. Лімончелло п'ють охолодженим з маленьких високих чарок, які попередньо витримують у морозильній камері, щоб стінки вкрилися тонким шаром льоду. Іноді лід додають до самого лікеру.



**Драмбує** (англ. *Drambuie*) – лікер, вироблений на основі шотландського односолодового віскі 15-17-річної витримки з ароматом меду, анісу, шафрану, мускатного горіха і різних трав. Вміст алкоголю – 40%.

Випускається сімейною фірмою «Маккинон» під Единбургом. У 1892 р. вони зареєстрували його як «*an dram buidheach*», що в перекладі з гельської означає: «напій, що задовольняє всі вимоги». З 1906 р. лікер виробляється на продаж.

Лікер однаково смачний як без добавок, але обов'язково охолоджений, так і у складі коктейлів і лонг-дринків.

**Самбука** (*sambuca*) – італійський лікер з ароматом анісу. Зазвичай, це – прозора солодка рідина з вмістом спирту 38-42%, є темні і навіть червоні різновиди самбуки. Виготовляється з пшеничного спирту, цукру, зірчастого анісу, витяжки з ягід чорної бузини (*Sambucus nigra*) і набору ароматичних трав, точний склад яких тримається в таємниці.

Основною версією походження назви лікеру є те, що для урівноваження анісового аромату до самбуки додається витяжка з ягід

бузини. Однак найбільший виробник самбуки, компанія «Молінарі», стверджує, що бузина не має жодного стосунку ні до назви, ні до вмісту напою, що породило низку версій походження назви:

- ймовірно, назва напою походить від арабського слова «*zammut*» (переклад. «зірчастий аніс» – основний елемент самбуки);
- від назви італійського міста (Самбука-Пістоїєзе чи Самбука-ді-Сицилія);
- можливо, так називався арабський тип корабля, на якому привозили цей алкогольний напій.

У Середньовіччі сарацини привезли до Риму напій на основі зірчастого анісу, який використовували як лікарський засіб і заради задоволення наприкінці сніданку. Його вважають прабатьком сучасної самбуки.

В 1945 р. Анжело Молінарі, експериментуючи у змішуванні трав'яних настоїв з винами і спиртами, розробив рецептуру лікеру на основі анісу і назвав його *Sambuca Extra Molinari*. Він заснував компанію з його виробництва в маленькому прибережному містечку Чівітавеккія. Завдяки зусиллям, докладеним родиною Молінарі, цей лікер сьогодні займає 70% італійського ринку самбуки.

Існує безліч **способів** вживання самбуки:

- традиційний італійський спосіб – самбука *con mosca* (дослівно «з мухами»); лікер подається з трьома кавовими зернами, кинутими у напій, які уособлюють здоров'я, багатство і щастя;
- самбуку п'ють і в чистому вигляді як дижестив;
- напій підпалюють в чарці, дають горіти; через деякий час вогонь гасне і самбуку швидко випивають, поки вона тепла.
- беруть два келихи, в один з яких наливають лікер, підпалюють і переливають у другий келих (або ж келих повертається навколо своєї осі – щоб не тріснуло скло), потім перший келих перевертають і ставлять на блюдце. Між тим блюдцем і келихом повинна бути паперова серветка, в неї вставлена пластикова трубочка. Напій п'ють, а потім вдихають вміст другого келиха через трубочку. Кавові зерна розгризають;
- самбуку вживають і у складі коктейлів.

**Мараскін, Мараскіно** (італ. *Maraschino*) – безбарвний сухий фруктовий лікер, що виготовляється з мараскінової вишні, яка подрібнюється разом із кісточкою для надання напоєві смаку гіркого мигдалю. Справжній Мараскін витримується не менше трьох років, вміст алкоголю у ньому – 32%.





Мараскін – вид карликової вишні, зустрічається вздовж узбережжя Адріатичного моря. Її особливість – плоди практично не мають м'якоти – лише шкірка, що обтягує кісточку.

Процес виготовлення подібний до коньячного. Потім до Мараскіну додається цукровий сироп, а після витримки він проходить фільтрацію. Напій відрізняється від інших фруктових лікерів тим, що в його виробництві не використовується сік або фруктовий екстракт.

Мараскін часто використовується в рецептах десертів, морозива або для надання особливого смаку фруктовим салатам (аромат вишні та гіркого мигдалю).

**Амаретто** (італ. *Amaretto*) – мигдалевий солодкий лікер темно-коричневого кольору класу амаро, на основі абрикосових кісточок і трав, які настоюються на бренді. За смаком схожий на марципан. Вміст спирту – 25-28%. Батьківщиною Амаретто вважається район Саронно (Італія).

Виробляють Амаретто декілька компаній, серед відомих марок – *Disaronno* і *Lazzaroni*: *Disaronno Amaretto Originale* – перший Амаретто, випускається з 1525; *Amaretto Di Saronno*, *Amaretto San Giorgio*, *Amaretto San Lorenzo*, *Amaretto San Marco*, *Amaretto Paganini*, *Amaretto Grande Genova*, *Amaretto Di Piza*, *Amaretto Del Castele*, *Amaretto Di Verona*, *Amaretto Florence* та ін.



*Легенда походження назви* – історія кохання. У 1525 р. художник Бернардіно Луїні, учень Леонардо да Вінчі, почав розпис фрески в монастирі Санта-Марія-Делла-Грація в Саронно. Для образу Мадонни йому позувала вродлива жінка, власниця готелю, де він зупинився. Художник покохав цю жінку, і, коли настав день розлуки, «мадонна» подарувала своєму коханому кілька ящиків лікеру з ароматом гіркого мигдалю, виготовленого нею власноруч з плодів її саду. Лікер назвали Амаретто. Вважається, що саме тому на етикетках лікеру зображена таємничо усміхнена прекрасна жінка.

*Amaretto* – зменшувальне від італійського амаро (амаро – клас алкогольних напоїв), а не від слова amore («любов» - італ. ).

Квадратна пляшка – «візитівка» лікеру Амаретто. Майстри-склодуви острова Мурано створили цю унікальну форму, щоб навіть на дотик в темряві можна було визначити, що саме наливається в келих.

Вживають Амаретто в чистому вигляді, з льодом, у складі коктейлів, додають до чаю чи кави (суміш кави, Амаретто і вершків також називається «Амаретто»). Використовують і в кондитерському виробництві – для просочування коржів, додають до випічки і десертів.

**Grand Marnier** (*grã marnje, Гран Марні*) – французький коньячний лікер з дистилатом зелених померанців із Карибських островів, створений в 1880 р. Луї-Александром Марньє Лапостолем, який втілював у життя сміливу ідею з'єднати терпкість диких апельсинів з ароматом благородного коньяку. За смаком нагадує Кюрасао, але Grand Marnier містить 40% спирту, і як коньяк, витримується в дубових діжках.

До початку ХХ ст. він виправдав свою назву, ставши популярним серед багатьох відомих людей, зокрема принц Уельський був шанувальником цього напою. Лікер входив до карти напоїв кращих французьких готелів і ресторанів. Був і на борту «Титаніка»: серед уламків знайшли пляшку Grand Marnier, яка тепер стала музейним експонатом.

У 30-ті рр. ХХ ст., коктейльний бум, який охопив Європу і США, не обминув і «Гранд Марньє»: у цей час лікер став головним компонентом багатьох тепер уже класичних коктейлів («Час історії», «Червоний Лев», пізніше – «Б-52» і «Космополітен»).

У 1975 р. у зв'язку зі збільшенням обсягів виробництва в Нормандії був відкритий новий завод. Його продукція експортується в більш ніж 150 країн світу.

Однак традиційна пляшка залишилася незмінною навіть через півтора століття: звична форма, червона стрічка і воскова печатка, напис в готичному стилі на етикетці служать підтвердженням девізу компанії, що пережив 6 поколінь родини – якість, вірність традиціям і стилю.

**Бейліс** (англ. *Baileys Irish Cream*) – ірландський вершковий лікер, один із найпопулярніших у світі. Міцність – 17%. У його складі ірландське віскі та ірландські вершки, цукор, спирт і шоколадний екстракт.







Запущений на ринок в 1974 р., «Бейліс» став батьком категорії вершкових лікерів. За перший рік було вироблено 72 тис. пляшок. Ірландське віскі, яке використовується для приготування лікеру, піддається потрійній дистиляції, що надає йому особливої м'якості.

Випускають напої «Бейліс Ориджинал» (*Baileys The Original*), «Бейліс М'ятний шоколад» (*Baileys Mint Chocolate*), «Бейліс Крем-карамель» (*Baileys Crème Caramel*) і «Бейліс Крем-кава» (*Baileys Coffee*).

Використовується при приготуванні *коктейлів* «В-52», «ET», «Orgasm», «Irish dream», «Chocolate Coffee Kiss», «Baileys Frappé» та ін.

**Шеріданс** (англ. *Sheridan's Coffee Layered Liqueur*) — двоколірний ірландський лікер на основі віскі в оригінальній двосекційній пляшці, в одній частині якої знаходиться біла ванільно-вершкова складова, в другій — темна кавово-шоколадна. Міцність Шеріданс – 18,5%.



При наливанні лікеру його складові частини виливаються з двох отворів в необхідній пропорції (одна вершкова частина на дві кавові), причому кавова частина, як важча, часто стає нижньою, тоді як вершкова, легша, опиняється вгорі. Виробництво «Шеріданс» здійснюється за найновішою технологією з використанням тільки натуральних інгредієнтів. Випускається алкогольною компанією Thomas Sheridan & Sons, оригінальний дизайн пляшки і системи горлечка — PA Consulting Group.

Подають охолодженим, з льодом, у чистому вигляді чи у складі коктейлів. Цей напій поєднує чудовий смак і оригінальне зовнішнє оформлення.

Існує також ягідний (*Berries*) Шеріданс.

Як і подібний до нього лікер Бейліс, Шеріданс також виробляється в Дубліні, але на відміну від першого, цей лікер здобув миттєвий успіх, з'явившись на ринку вершкових лікерів на початку 1994 року.

**Kahlúa** (Калуа) – загально визнаний лідер серед кавових лікерів (вміст алкоголю – 20-36% залежно від різновиду і ринку продажів: в Огайо, наприклад, дозволено продаж лікеру міцністю 21,5%, на решті території США – лише 20%). Для його приготування у певних пропорціях змішують мексиканський ром із цукрової тростини, ванільний сироп, очищений спирт і каву сорту арабіка. Таке поєднання компонентів дозволяє отримати напій із насиченим кавовим ароматом.

Історичною батьківщиною вважається Мексика, виробляється з 1936 року, з 2005 року торгова марка належить імперії Pernod Ricard. Сьогодні випускається на заводах Мексики, Данії і Шотландії.



#### **Різновиди:**

- *Kahlúa Classic* – з нотками горіха і вершків;
- *Especial* – зі смаком еспресо, менш тягучий (вміст алкоголю 36%);
- *Original* – з натуральним і багатим смаком кави арабіка;
- *French Vanilla* – містить французьку ваніль;
- *Hazelnut* – з горіхово-вершковим смаком;
- *Chili Chocolate* – молочний шоколад + пекучий чилі;
- *Mocha* – з ваніллю і чорним шоколадом;
- *Peppermint Mocha* – містить м'яту перцеву; обмежений випуск; добре поєднується з льодом або гарячим шоколадом;
- *Salted Caramel* – з нюансами карамелі і солі в букеті;
- *Pumpkin Spice* – з «осіннім» смаком гарбуза і сезонних спецій;
- *Cinnamon Spice* – алкогольний аналог традиційної мексиканської кави з корицею і тростинним цукром.

Лікер Kahlúa випускають і в міцніших варіантах, де вміст спирту сягає 35%: *Especial Coffee* з найкращої арабіки, подається з мартіні чи з льодом; *Midnight Coffee* – сорт, створений для вечірок, підвищеної міцності. Крім лікерів, компанія виробляє готові коктейлі з Калуа в пляшках – *Ready to drink* (різновиди «B-52», «White Russian», «Mudslide», «Tall Black Russian», «Brave Bull» та ін. (з 2006 р.).

Використовується при приготуванні десертів, в тому числі морозива, тортів і чізкейків. Може також сервіруватися з вершками, молоком, додаватися в гарячі напої – до кави і какао.

**Амарула** – крем-лікер виробництва ПАР, що виготовляється з плодів дерева марула (відоме як «слонове дерево»), які містять велику кількість цукру, завдяки чому легко зброджуються. Отримана брага переганяється, дистилят зберігається впродовж двох років у дубових бочках. На завершальному етапі його змішують зі свіжим соком плодів марула і вершками.

Вміст алкоголю – 17%, а цукру – 20%. Фірмовим знаком лікеру є слон, зображений на пляшці.

У чистому вигляді лікер занадто солодкий для вживання. Існує декілька рецептів коктейлів з використанням крем-лікеру «Амарула» («Кіліманджаро», «Білий слон», «Захід сонця в сафарі», «Шоколадна нірвана»).



**Адвокат** (*Advocat, Advocaat, Advokaat*) – традиційний яскраво-жовтий нідерландський спиртний напій на основі яєць, цукру та бренді. Насичений кремований напій має м'який смак, гладку текстуру, схожий на заварний крем. Вміст спирту коливається між 14 і 20%. Лікер «Адвокат» може містити яєчні жовтки, ароматні міцні напої, цукор чи мед, бренді, ваніль, іноді – вершки.

Серед відомих торгових марок – *Bols, DeKuiper* та *Verpoorten*. Випускається також в Австрії.

Згідно з легендою, «Адвокат» вперше виготовили в Бразилії. Місцеві індіанці робили напій на основі меду, спирту, спецій і фрукта авокадо (звідси він і отримав свою назву, не пов'язану з юриспруденцією). Португальські колоністи перейняли спосіб виготовлення напою, але перевезти паростки авокадо до Старого Світу так і не вдалося. Тоді й був винайдений оригінальний рецепт «Адвоката» – примхливий фрукт замінили яєчним жовтком, додали бренді і цукор, отримали напій, дуже схожий на той, що робили індіанці.

Здебільшого його використовують як намазку для вафель чи як складову кількох видів десертів на кшталт морозива, заварного крему і тістечок. Ще його часто подають як аперитив чи дигестив у широкій склянці зі збитими вершками, посипаними какао-пудрою.

Цей лікер широко використовується у виготовленні змішаних напоїв. Застосовують як ароматизатор, замітник сиропів, як основу

коктейлів, тонізуючих і прохолоджуючих напоїв. Він добре гармонує з міцними алкогольними напоями, різними винами, молоком, вершками, морозивом, кавою та чаєм, лимонним та апельсиновим соками. Лікер у натуральному вигляді — напій, що завершує застілля. Подають лікери до чаю або кави в карафах або лікерних чарках об'ємом 25-30 мл.

Золотим століттям для лікерів стало XIX ст. Фантазія виробників тоді не мала меж. Існує ціла група лікерів зі своєрідним смаком і запахом — какао, кавовий, мокко, ванільний, медовий, з чорної смородини, малини, суниць, тутової ягоди, вишень, черешень, абрикосів, персиків, мандаринів, лимонів, артишоків, дині тощо.

**Наливка** – лікери-горілчаний напій міцністю від 15% до 35%, виготовлений на основі свіжої плодової сировини або напівфабрикатів. Наливка буває двох **типів**, які різняться між собою:

- *домашня* – зазвичай є плодоягідним вином, яке зараз майже завжди кріпиться цукром, а почасти й спиртом (горілкою, самогоном). Рідше в хатніх умовах використовують екстрагування фруктів спиртовими розчинами (горілкою, самогоном);

- *фабрична* наливка – завжди є або кріпленням спиртом та цукром плодоягідним вином, або ж спиртовою настоянкою фруктів.

Різниця в тому, що домашня наливка може бути й не кріпленою і, відповідно, мати значно менший вміст алкоголю ніж 15%.

**Пунш** — це напівфабрикат змішаних напоїв. Перед вживанням пунші прийнято розбавляти гарячим чаєм, окропом або охолодженою газованою водою у співвідношенні 1:1. Відтак напій прикрашають скибочкою лимона або апельсина.

Батьківщина пуншу Індія. Він містить спирту 15-20%, цукру 33-40%. Слово «пунш» індійською мовою означає «5» – це кількість складників напою (ром, вода, чай, цукор і сік лимона).

**Настоянка** – алкогольний напій, який готується шляхом настоювання спирту на різних плодах, кісточках, прянощах, запашних і цілющих травах, з додаванням цукру або без нього.

Свіжі або висушені плоди і рослини витримують у спирті доти, поки ефірні масла і біологічно активні речовини не перейдуть у алкоголь. Тривалість настоювання – від 2 до 6 тижнів; за потреби час настоювання можна скоротити до 7-10 днів за рахунок підвищення температури до 50-60°C. Настоянки містять до 30% цукру при міцності до 45% спирту.

Вони менш солодкі, але міцніші, ніж наливки, мають приємний смак і можуть бути як алкогольним напоєм, так і лікарським засобом.

Розрізняють гіркі і солодкі настоянки. Для приготування змішаних напоїв їх використовують по-різному. Гіркі – використовують як горілку, солодкі – як лікери і наливки. Гіркі настоянки – це горілчані напої, настояні на травах, коріннях, насінні, шкірочках різних рослин. Мають яскраво виражений аромат, гіркий, гіркувато-пряний або пекучий смак. П'ють гіркі настоянки до холодних закусок з горілчаної чарки 50 мл.

### **Запитання та завдання для самоперевірки**

1. Дайте визначення терміна «міцні спиртні напої». Охарактеризуйте особливості виробництва горілки. Назвіть різновиди цього напою.

2. Розкрийте історію та особливості виробництва віскі. Назвіть найпопулярніші сорти цього міцного напою.

3. В чому особливості виробництва шотландського віскі? Дайте характеристику його основних видів.

4. Чим відрізняється процес виробництва ірландського віскі від шотландського?

5. Розкрийте особливості американського віскі. Назвіть його різновиди. Що таке «бурбон»? Як і де створюють цей міцний напій?

6. Розкрийте специфіку виробництва канадського віскі.

7. Опишіть історію створення джину. В чому полягають особливості його виробництва? Назвіть найвідоміші види і торгові марки.

8. Що таке «бренді»? Охарактеризуйте процес створення коньяку, назвіть його різновиди, підходи до класифікації, особливості вживання.

9. Дайте характеристику арманьяку та метакси. Які особливості їх створення?

10. Що слугує сировиною при створенні марка, граппи та чачі? Назвіть регіони їх виробництва, нюанси та різновиди.

11. Назвіть найпопулярніші види плодово-ягідних бренді та регіони їх виробництва.

12. Розкрийте історію та особливості виробництва рому. Які види рому виробляють в країнах Карибського басейну? Назвіть інші види напоїв, які виробляють із соку цукрової тростини.

13. Що слугує сировиною для виробництва текіли? Опишіть процес виробництва цього напою та назвіть види текіли.

14. Що таке «бальзами» та з чого їх виробляють?

15. Дайте характеристику лікерів. На які групи вони поділяються?

16. Назвіть та охарактеризуйте найпопулярніші марки лікерів, що виробляються на основі трав.

17. Назвіть та охарактеризуйте найпопулярніші марки лікерів, що виробляються на основі фруктів.

18. Назвіть та охарактеризуйте найпопулярніші марки лікерів-кремів.

19. Що таке «наливка»? Які типи наливок існують?

20. Чим відрізняються від інших міцних напоїв настоянки?

## Тести для самоконтролю

1. Міцними вважають напої, що містять не менше \_\_\_ об'ємних відсотків спирту.  
а) 50; б) 20; в) 40; г) 35; д) 65.
2. Алкогольний напій міцністю від 37,5 до 56,0%, виготовлений на основі спирту, отриманого з зерна жита, пшениці, ячменю, кукурудзи й картоплі, розбавлений дистильованою водою із додаванням для поліпшення смаку цукру, меду, лимонної кислоти та ін. інгредієнтів, – це \_\_\_\_\_.  
а) горілка; б) бренді; в) віскі; г) джін.
3. Одним із найулюбленіших алкогольних напоїв Заходу вважають \_\_\_\_\_.  
а) ром; б) джін; в) віскі; г) горілку; д) текілу.
4. Національним напоєм Шотландії та Ірландії є \_\_\_\_\_.  
а) джін; б) віскі; в) цуйка; г) айс-вайн; д) бренді.
5. При виробництві якого виду віскі ячмінний солод висушується в печах, що додає напоєві особливого аромату?  
а) американського; б) канадського; в) шотландського; г) ірландського.
6. Яку власну назву має віскі, дистильоване у Шотландії і витримане не менше 3-х років у дубових діжках?  
а) whisky; б) bourbon; в) blended; г) scotch.
7. При виробництві ірландського віскі зброджений ячмінний солод та ін. зернових культур, переганяють \_\_\_\_\_.  
а) двічі; б) один раз; в) тричі; г) чотири рази.
8. Алкоголь, вироблений на злаковій основі, де 51% складає кукурудза, на території США без будь-яких домішок і барвників і витриманий в бочці з білого дуба не менше 2 років, називається \_\_\_\_\_.  
а) whiskey; б) bourbon; в) blended; г) scotch; д) grain.
9. Алкогольний напій (міцністю не менше 37,5 об.), отриманий шляхом перегонки зернового спирту з додаванням прянощів (ягід ялівцю, коріандру, імбирю, кардамону, кмину, мигдалю тощо), називається \_\_\_\_\_.  
а) бренді; б) бурбоном; в) текілою; г) джином.
10. Загальний термін для позначення продуктів перегонки виноградного вина, фруктової чи ягідної бражки чи виноградних вичавок – це \_\_\_\_\_.  
а) віскі; б) бренді; в) кашаса; г) чача; д) граппа.
11. Міцний алкогольний напій (вміст спирту 40-55%) із білих сортів винограду, бурштиново-золотистого кольору, називається \_\_\_\_\_.  
а) чачею; б) граппою; в) арманьяком; г) коньяком.
12. До якої категорії напоїв відносять коньяки?  
а) аперитивів; б) тонізуючих; в) дигестивів; г) лікарських.

13. Який міцний алкогольний напій вважають найстарішим дистильованим напоєм в Європі і називають старшим братом коньяку?  
а) бренді; б) арманьяк; в) метаксу; г) марк.
14. Найвідомішою маркою грецького виноградного бренді є \_\_\_\_\_.  
а) Рецина; б) Ракія; в) Чача; г) Граппа; д) Метакса.
15. \_\_\_\_\_ виготовляють, як правило, з мезги, яку отримують від виробництва червоних вин.  
а) коньяк; б) кашасу; в) марк; г) коньяк; д) арманьяк.
16. Італійський міцний алкогольний напій, вироблений із вичавок червоного винограду, називають \_\_\_\_\_.  
а) чачею; б) граппою; в) марком; г) метаксою; д) бренді.
17. Грузинський і абхазький міцний спиртний напій, який виготовляють з винограду і виноградних вичавок, називається \_\_\_\_\_.  
а) ркацителі; б) чача; в) кіндзмараулі; г) мукузані; д) марк.
18. Міцний алкогольний напій, вироблений у Франції шляхом перегонки яблучного сидру із вмістом алкоголю 40-45%, називається \_\_\_\_\_.  
а) кальвадосом; б) вільямом; в) кіршем; г) синаром.
19. Кіршвасер – це \_\_\_\_\_.  
а) яблучне бренді; б) грушеве бренді;  
в) вишневе бренді; г) персикове бренді.
20. Міцний алкогольний напій (бренді), який дистилюється з сорту жовтої груші, називається \_\_\_\_\_.  
а) «Вільямс»; б) Кіршвасер; в) цуйка; г) палінка; д) синар.
21. Що слугує сировиною для виробництва рому?  
а) блакитна агава; б) ягоди ялівцю;  
в) цукрова тростина; г) цукрові буряки.
22. Батьківщиною рому вважається \_\_\_\_\_.  
а) о. Барбадос; б) о. Ямайка; в) Куба; г) США.
23. Міцний алкогольний напій Бразилії, отриманий шляхом дистиляції перебродженого соку цукрової тростини, називається \_\_\_\_\_.  
а) ром; б) текіла; в) мескаль; г) пульке; д) кашаса.
24. Міцний алкогольний напій Близького Сходу, одержаний шляхом перегонки перебродженого рисового чи фінікового затору з додаванням меляси з цукрової тростини – це \_\_\_\_\_.  
а) ром; б) кашаса; в) арак; г) текіла; д) саке.
25. Який міцний алкогольний напій виробляють із соку блакитної агави?  
а) ром; б) кашасу; в) джин; г) текілу; д) бурбон.

26. Міцний алкогольний напій, що увібрав в себе безліч ароматних настоїв цілющих трав, коріння, плодів, різних ефірних олій, називається \_\_\_\_\_.  
а) бітером; б) бальзамом; в) вермутом; г) джином.
27. Міцний солодкий алкогольний напій, виготовлений із заспиртованих фруктів та ягідних соків, настоянок духмяних трав із додаванням кореневищ, прянощів, вершків тощо, – це \_\_\_\_\_.  
а) бальзам; б) пунш; в) лікер; г) вермут; д) наливка.
28. Популярний німецький міцний лікер, настояний на травах, – це \_\_\_\_\_.  
а) Куантро; б) Єгермейстер; в) Тріпл-сек; г) Шартрез.
29. Спиртний напій із вмістом рому, що виготовляється на Барбадосі, з натуральним екстрактом кокосових пальм, це – лікер \_\_\_\_\_.  
а) Шартрез; б) Малібу; в) Піна Колада; г) Бенедиктин.
30. Італійський лікер з ароматом анісу – це \_\_\_\_\_.  
а) Лімончело; б) Драмбує; в) Амарето; г) Самбука.
31. Фруктовий лікер, виготовлений з вишні, що подрібнюється разом із кісточкою для надання напоєві смаку гіркою мигдалю, називається \_\_\_\_\_.  
а) Драмбує; б) Мараскін; в) Амарето; г) Самбука.
32. Французький коньячний лікер з дистилатом зелених померанців з Карибських островів, називається \_\_\_\_\_.  
а) Калуа; б) Куантро; в) Гран Марні; г) Шартрез.
33. На основі яких кісточок, настояних на бренді, виготовляють лікер «Амаретто»?  
а) вишневих; б) персикових; в) абрикосових; г) мандаринових.
34. Одним із найпопулярніших у світі вершкових лікерів є \_\_\_\_\_.  
а) Шеріданс; б) Амарула; в) Калуа; г) Бейліс.
35. Батьківщиною популярного двоколірного лікеру «Шеріданс» на основі віскі є \_\_\_\_\_.  
а) Франція; б) Італія; в) Ірландія; г) Мексика; д) ПАР.
36. Калуа – це \_\_\_\_\_.  
а) італійський лимонний лікер; б) ірландський вершковий лікер;  
в) мексиканський кавовий лікер; г) французький лікер на травах.
37. Традиційний яскраво-жовтий нідерландський лікер на основі яєць, цукру та бренді, називається \_\_\_\_\_.  
а) Амарула; б) Адвокат; в) Амарето; г) Калуа; д) Малібу.
38. Який лікер виготовляють в Південно-Африканській Республіці з плодів дерева, відомого як «слонове»?  
а) Малібу; б) Калуа; в) Драмбує; г) Амарула; д) Бейліс.



39. Лікєро-горілчаний напій міцністю від 15,0% до 35,0%, виготовлений на основі свіжої плодової сировини або напівфабрикатів, – це \_\_\_\_\_.

- а) лікер; б) настоянка; в) пунш; г) грог; д) наливка.

40. Алкогольний напій, який готується шляхом настоювання спирту на різних плодах, кісточках, прянощах, запашних і цілющих травах, з додаванням цукру або без нього, це – \_\_\_\_\_.

- а) настоянка; б) наливка; в) пунш; г) еліксир; д) грог.

## ТЕМА 17. ОСОБЛИВОСТІ ПРИГОТУВАННЯ ЗМІШАНИХ НАПОЇВ

17.1. З історії походження поняття «коктейль».

17.2. Вплив Сухого закону в США на розвиток барної культури.

17.3. Класифікація коктейлів.

17.4. Способи приготування змішаних напоїв.

17.5. Способи подачі, правила та поради до приготування коктейлів.

17.6. Офіційні коктейлі Міжнародної асоціації барменів.

### 17.1. З історії походження поняття «коктейль»

**Коктейль** (англ. *cocktail* – півнячий хвіст) – суміш напоїв. Змішаними напоями тамували спрагу з давніх-давен. Понад 3000 років тому у стародавньому Китаї вживали напої з натуральних ягідних соків, змішуючи їх зі снігом чи льодом. Проте коктейлі з'явилися значно пізніше.

В Англії появу коктейлів пов'язують з історією півнячих боїв. Можливо, саме від англійського слова «cock-ale» (півняче пиво) з'явилася усім відома назва змішаних напоїв. Півняче пиво – це суміш із міцних алкогольних напоїв і гірких настоянок, якою піднімали бойовий дух бійцівських півнів перед початком змагань.

У Франції існують дві версії походження і появи коктейлів: французьким словом «coquetel» мешканці провінції Бордо називали змішаний напій, що готувався на основі вин; по-друге, слово «коктейль» походить від французького «coquetiers», завдяки французькому фармацевту Пейшо, який у 1875 р. відкрив у Новому Орлеані заклад, де можна було скуштувати змішані напої з бренді, гірких настоянок і цукру. Напої подавалися у незвичних за формою склянках, які називалися «coquetiers». Американці скоротили слово до «cock-teu».

Іспанці ж стверджують, що слово «коктейль» своєю появою завдячує саме їм і походить від іспанського виразу «cola de gallo», що означає «хвіст півня». Так називали за зовнішню схожість корінь рослини, яким бармен змішував приготовані ним напої.

Існує ще одна історія, що пов'язує походження слова «коктейль» із хвостом півня, яка належить Джеймсу Феніморю Куперу. За його версією,

перший коктейль був створений в 70-х рр. XVIII ст. маркітанткою військ генерала Вашингтона Елізабет Фленеган. Одного разу вона подала офіцерам напій з рому, житнього віскі і фруктових соків, прикрасивши келихи пір'ям з хвостів бійцівських півнів. Один із офіцерів, француз за походженням, побачивши такі келихи, вигукнув: «Vive le god's tail!» («Хай живе півнячий хвіст!»). Це сподобалося відвідувачам, і напій стали називати «коктейлем» («півнячим хвостом»).

Перша згадка слова «коктейль» у пресі належить нью-йоркському виданню «The Ballance» у 1806 р., де було наведено визначення: «Коктейль є стимулюючим напоєм, що складається з різних за міцністю алкогольних напоїв, цукру і гірких настоянок».

## **17.2. Вплив Сухого закону в США на розвиток барної культури**

Найпродуктивніше на світову культуру вплинув Сухий закон в США (1920-1933 рр.). Заборона стосувалася виробництва, транспортування і продажу спиртних напоїв. Запровадження закону ініціювали протестантські активісти, які стверджували, що заборона на продаж алкоголю поліпшить мораль суспільства, зменшить злочинність і приведе до економічного розквіту: гроші, не витрачені на випивку, підуть на інші товари або банківські депозити. Насправді ж величезні кошти потрапили на чорний ринок: муншайнери (самогонщики) торгували підпільно, бутлегери (контрабандисти) розвозили їхній товар по всій країні і постачали якісний алкоголь з-за кордону. На додачу до нелегальних барів власники запроваджували гральний бізнес і сутенерство. Місцеві чиновники та поліція за певну винагороду заплющували на це очі.

Злочинні угруповання, що найчастіше склалися з колишніх імігрантів (італійців, євреїв та ірландців), – ділили ринок. На нелегальній торгівлі алкогольними напоями можна було заробити величезні прибутки: пляшка віскі, придбана за 15\$ за межами США, приносила прибутки від 70 до 80\$.

Постійний ризик, шалені заробітки і життя «на широку ногу» створили довкола бандитів епохи Сухого закону романтичний ореол. Аль Капоне, Лакі Лучано та ін. – найвідоміші і найшанованіші люди свого часу – зірки злочинного світу. Знаменитий Аль Капоне відкрив мережу пралень, щоб легалізувати доходи від підпільної торгівлі спиртним та грального бізнесу. Дуже низькі ціни на обслуговування дозволяли приписувати пральням будь-які прибутки. Відтоді легалізація незаконних доходів називається «відмиванням».

Надії на те, що держава матиме вигоду з цього, не виправдались: мільярди доларів пройшли повз бюджет і осіли в кишенях бутлегерів. Вони вкладали кошти в цінні папери, що спричинило зростання фондового ринку в 1920-х роках.

Наслідок Сухого закону у повсякденні – класичні коктейлі і барна культура. Надзвичайно висока прибутковість торгівлі спиртним і відсутність державного контролю за продукцією, призвели до того, що клієнтам продавався неякісний алкоголь із високим вмістом сивушних масел, а якісні алкогольні напої, що завозилися контрабандою з-за кордону, навмисно розводились. «Long Island Ice Tea» готували під виглядом холодного чаю і подавали в чайній кружці. «Cuba Libre», «Salty Dog», «Mint Julep» містили фруктові соки, колу чи ароматні лікери: так бармени маскували різкий смак самогону. Щоб зменшити неприємний присмак фальсифікованих напоїв при споживанні, до віскі додавали лід. Так виник відомий «Whisky on the Rock» (поєднання віскі із великими кубиками льоду). За рахунок охолодження відбувається «зв'язування» надто різких ароматів і напоїв п'ється легше. З'явилося багато коктейлів на основі джину, який також виробляли підпільно.

Нелегальні бари в епоху Сухого закону називалися «спікізі» (від «speak easy» – «говорити тихо»): про них не прийнято було говорити, а всередину пускали тільки постійних клієнтів.

Заборона на алкоголь в США загострила соціальні протиріччя, різко розмежувала багатих і бідних, протестантів і католиків, сприяла розквіту корупції. Президент Франклін Рузвельт в 1933 р. скасував Сухий закон, визнавши провал реформи в країні. Але спадок тих часів виявився настільки багатим і оригінальним, що його досі використовують письменники, кінематографісти і, звичайно, бармени.

### 17.3. Класифікація коктейлів

Особливе місце в переліку напоїв сучасних барів займають змішані напої, асортимент яких залежить від спеціалізації і класу бару.

Класифікація коктейлів здійснюється за основними і другорядними ознаками. До **основних ознак** відносять:

- **об'єм і міцність**, за якими коктейлі поділяють на:
  - *Hot Drinks* – гарячі напої чи такі, що зігрівають (об'ємом від 60 мл і міцністю від 12 до 35% об.);
  - *Long Drinks* – довгі коктейлі (від 160 до 300 мл з міцністю від 7 до 17% об.);
  - *Short Drinks* – короткі напої (від 60 до 160 мл, міцністю від 17 до 45% об.);

- *Shot Drinks* – славнозвісні *shots*, часто їх називають «ковтками» чи *shooters* (шутерами): від 40 до 60 мл з різною міцністю. П'ють залпом, а деякі для ефектності підпалюють;

- *групові* (від 500 мл) – готуються у багатопорційному посуді (від 8 порцій і більше);

- **час споживання**, залежно від якого виділяють:

- **аперитиви** (*pre-dinner cocktails*) – велика група коктейлів, мета яких – збуджувати апетит і поліпшувати травлення. Їх подають перед прийомом їжі і, як правило, до їхнього складу входять міцні спиртні напої. Залежно від культури харчування, аперитиви існують в двох **варіаціях**: *класичні аперитиви* (Dry Martini, Manhattan, Kir та ін.); *аперитиви середземноморської Європи*, де найчастіше використовуються вермути і бітери (Negroni, Americano);

- **дижестиви** (*after dinner cocktails*) – подаються після прийому їжі і до кави; як правило, містять багато цукру (White Russian, Alexander);

- **в будь-який час** (*any time drinks*) – їх можна вживати будь-коли, незалежно від подачі страв. Сюди відносять *short drinks* (Gimlet, Rusty Nail (Іржавий цвях), Margarita та ін.), а також *long drinks* (Gin Fizz, Screwdriver (Викрутка), Long Island Iced Tea чи Tequila Sunrise); це одна з найпопулярніших груп, яка користується найбільшим попитом в нічних клубах і на різноманітних масових заходах;

- **вміст алкоголю і сировинна основа** дозволяють виділити:

- *алкогольні* (з дуже високим вмістом алкоголю – до 100 мл, з високим вмістом – 50-70 мл, з низьким вмістом – 20-50 мл, з дуже низьким вмістом – до 20 мл);

- *безалкогольні*;

- *молочні*;

- **температуру подавання**, за якою усі коктейлі поділяють на:

- *холодні*;

- *гарячі*.

**За другорядними ознаками** коктейлі класифікують так:

Класифікація **за смаковими якостями** додатково надає інформацію про той чи інший коктейль, формуючи уявлення про нього, а саме: ароматичні, гірко-солодкі, густі вершкові, освіжаючі, фруктові, терпкі, напівсухі, міцні, легкі, м'які, пікантні, кислуваті, шипучі, сухі, пряні.

Класифікація **за складом з'єднаних напоїв** створює велику кількість коктейлів, які мають певні ознаки та отримали загальні назви:

- **Дейзі** (*Daisy*) – short drink, до складу якого входить один спиртний напій, лимонний сік, цукор і сироп «Гренадин». Зазвичай подається в

тумблері «олд-фешн», прикрашеним кружальцем апельсину та вишнею;

- **Колінзи** – готуються в знаменитому тумблері «collins», який є одним із різновидів «хайболів» (highball). У складі таких коктейлів – один спиртний напій, лимонний сік, цукор, содова і лід. Вони вважаються класичними long drink (коктель «Колінз» (John Collins));

- **Коблери** – складаються з фруктів, фруктового соку, газованої води, вина чи ігристого вина, подрібненого льоду. Подають у високій склянці із соломинкою і свізл-стіком;

- **Кулери** – подібні до колінзів, тільки у складі відсутній або сироп, або лимонний сік, або обидва компоненти. Кулери – це змішаний напій, який подається з газованою водою і льодом (Джин-тонік чи Бетон), або ж з імбирним елем;



- **Слінзи** – містять багато лимонного соку в поєднанні зі спиртним напоєм, содовою і ложечкою цукру. Яскравий представник – «Singapore Sling», куди замість цукру додають вишневий лікер;

- **Свізли** – це лонг-дрінки, до складу яких входять бітери («Парк Юрського періоду», «Іспанська красуня», «Тікі мавпа», «Свізл 2070», «Містер Прайзмен», «Любов до Мілану» та ін.);

- **Фізи** – у складі коктейлів сильногазована вода (англ. to fizz – «шипіти»). А заливаються «шипучкою» збиті у шейкері лимонний сік, цукор і спиртний напій. Подаються в хайболі. Яскравий представник – «Gin Fizz»;

- **Сауери (Sour)** – кислі коктейлі, у складі яких міцний алкогольний напій, цукровий сироп і лимонний сік (або ж будь-який інший кислий сік). Готують у шейкері, прикрашають частинкою лимона чи апельсина, вишнею, вживають через соломинку. У списку офіційних коктейлів IBA багато сауерів, серед яких «White lady», «Whiskey sour», «Diaquiri», «Caiparinha», «Kamikaze», «Margarita», «Pisco sour», «Sidecar» та ін.;

- **Фікси** – нічим не розведені коктейлі, у складі яких міцні

алкогольні напої, лікери, сиропи чи вина. Готують їх дуже швидко: келих «колінз» на 2/3 наповнюється колотим льодом і вливаються всі інгредієнти, прикрашаються скибкою лимона;

- **Шаруваті коктейлі** – різновид коктейлів, в якому за допомогою лікерів різної густини створюють масив різнобарвних шарів, зазвичай від двох до семи. Питома густина рідких інгредієнтів зростає з кожним шаром вниз. Готують із допомогою барної ложки дуже обережно, подають у довгих вузьких чарках (т.зв. *roesse cafe*). Серед яскравих представників – «В-52» та його різновиди;

- **Сенгері** (*Sangaree*) – готуються на основі міцних елітних напоїв (віскі, джину, бренді та ін.), розведених содовою, із додаванням портвейну Tawny і присипкою з мускатного горіха;

- **Corpse Revivers** (антипохмільні коктейлі) – готуються на основі калорійних фруктів, значного об'єму соку чи бульйону. Найяскравіші з тонізуючих коктейлів – «Bullshot» («Удар бика») та «Bloody Mary» («Кривава Мері»).

#### **Зігрівачі коктейлі:**

- **Пунші** – зігрівачі коктейлі, які готують на основі алкогольного напою (вина, рому чи коньяку), цукру, соків (або води чи чаю) та прянощів (кориці чи гвоздики). Подаються здебільшого гарячими у посуді великого об'єму із плаваючими шматочками фруктів;

- **Гроги** – зігрівачі коктейлі, на основі рому чи коньяку з окропом або чаєм та цукром, іноді додається лимонний сік, спеції (кориця, гвоздика, кардамон чи аніс);

- **Тодді** (*Hot Toddy*) – зігрівачі коктейлі на основі алкогольного напою (найчастіше, віскі), лимонного соку та чаю з медом (чи цукром). Інколи при заварюванні чаю додають корицю;

- **Хот коффі** – зігрівачий коктейль, на основі міцного спиртного напою, цукру, кави, іноді вершків.

#### **Коктейлі з м'ятою:**

- **Джулепи** – коктейлі на основі бурбону (чи іншого міцного спиртного напою), води, подрібненого льоду та свіжої м'яти. Класифікується як *long drink*, а «Mint Julep» належить до категорії «Сучасна класика» серед офіційних напоїв Міжнародної асоціації барменів. М'ятні листочки (4-6 шт.) разом із цукром розминають мадлером безпосередньо в посуді, в якому подають, засипають подрібненим льодом, а зверху наливають алкоголь. Відомий коктейль «Mojito», вважають лонг-дрінком, а не джулепом, оскільки у його складі ще є газований напій та лимонний сік.

- **Смеші** – це досить міцні коктейлі (з англ. *Smash* означає «важкий удар»), у складі яких свіжа м'ята (або базилік), будь-який міцний алкогольний напій і сироп. Готують у склянці «old fashion», на дно якої кладуть частину м'яти, розтирають її, додавши до неї сироп. Потім у склянку додають 2-3 кубики льоду, наливають алкогольний напій і ретельно перемішують суміш ложкою. Готовий коктейль-смеш прикрашають гілочкою м'яти, скибкою апельсина і вишнею.



#### Коктейлі з шампанським:

- суміш міцних спиртних напоїв із шампанським; найвідомішим у цій групі є «Champagne Cocktail» (у складі якого шампанське, коньяк і бітер «Ангостура»);
- суміш лікерів з шампанським, класичний приклад – коктейль «Kir Royal», що є чудовим аперитивом;
- суміш фруктового соку і шампанського. У цьому випадку рекомендується використовувати тільки свіжі фрукти; це, зокрема, коктейлі «Bellini» і «Buck's Fizz».

#### Коктейлі з яйцем:

- **Ег-ног** – це long drink, приготований в шейкері. Його основні компоненти: яечний жовток, цукор або цукровий сироп, вершки або молоко і спиртний напій. До Ег-нога також додається мелений мускатний горіх. В Англії Ег-ноги за традицією п'ють під час Різдва і новорічних свят. Приклад: «Brandy Egg-Nog»;
- **Фліп** – вважається, що фліп походить від одного шотландського напою, який містив яйце, і його змішували, переливаючи з однієї посудини в іншу, що видавало звук «фліп-флор». Сьогодні фліп готують у міксері чи шейкері і, на відміну від першого рецепту, до нього додають тільки жовток. Приклад: «Porto Flip»;

- **Ойстер** (від англ. *oyster* – устриця) – коктейлі, в яких використовують тільки жовток, що додається з допомогою столової ложки після змішування усіх компонентів. Завдяки наявності солі, перцю, гострого кетчупу такі коктейлі мають витверезуючий ефект, тому їх прийнято подавати наприкінці вечірки. Коктейль подається без льоду в об'ємі 25-30 мл, п'ється одним ковтком.

#### 17.4. Способи приготування змішаних напоїв

Способи приготування залежать від того, наскільки легко компоненти коктейлів змішуються між собою. За багаторічну історію міксології (науки про приготування коктейлів) в барній теорії сформувались такі **способи** приготування коктейлів:

- **Білд** (*Build*);
- **Стір** (*Stir*);
- **Шейк** (*Shake*);
- **Бленд** (*Blend*).

Зрозуміло, що ці види приготування змішаних напоїв не можна вважати фундаментальними, оскільки міксологія не стоїть на місці. Постійно бармени створюють як нові коктейлі, так і нові способи їх приготування. Деякі коктейлі готуються відразу кількома способами. Але зазначені чотири види вважаються китами, на яких тримається вся «барна наука».

**Білд** (*Build*) – це метод приготування коктейлю, коли інгредієнти комбінуються безпосередньо в посуді, в якому подаються. Цей спосіб найпоширеніший при приготуванні коктейлів Long Drinks і шотів.

##### **Основні техніки цього способу:**



**Білдінг** (*Building*) – побудова. Найчастіше так готуються мікс-дрінки, компоненти яких не потребують значного перемішування (міцні спиртні напої, вина, вода, соки).

Техніка дуже проста: у склянку з льодом вливають по черзі всі складові коктейлю, дотримуючись при цьому послідовності: спочатку – міцні спиртні напої, потім – наповнювачі.

Цим способом не бажано готувати напої, де є лікери, оскільки останні дуже погано змішуються через свою густину. Мікс-дрінки подаються зі свіжл-стіком (паличка для розмішування), яку гості досить



часто вважають звичайною прикрасою. Насправді, це – практичний інструмент, яким клієнт повинен перемішати свій напій. Приклади: «Кривава Мері», «Викрутка» та ін.

**Лейрінг (Layering)** – нашарування. Так готуються шаруваті коктейлі, в т.ч. шоти, які називають французьким словом Pousse-café (Пусс-кафе). Для їх приготування, потрібно дещо знати про густину напоїв (див. табл. 17.1), яка виражається відсотковим співвідношенням цукру. Варто пам'ятати, що «Калуа» важчий за «Самбуку», а «Гренадин» важчий за «Калуа», адже сироп містить дуже багато цукру. Приклад: коктейль «Б-52».



Таблиця 17.1

Таблиця густини напоїв

Напій	Тип	Густина, кг/м <sup>3</sup>	Колір
Bombay Sapphire	джин	940	прозорий
Dewar's White Label	віскі	940	жовтий
Grey Goose	джин	940	прозорий
Johnnie Walker Red Label	віскі	940	жовтий
Dewar's 12	віскі	942	жовтий
Johnnie Walker Black Label	віскі	942	жовтий
Джин 40-43 градуси	джин	943	прозорий
Bacardi Carta Blanca	ром	946	прозорий
Canadian Whisky	віскі	947	жовтий
Золота текіла	текіла	947	золотий
Срібна текіла	текіла	943	прозорий
Кальвадос	бренді	949	жовто-золотий
Otard VS	бренді	951	насичений коричневий
Бурбон	віскі	951	
Фінляндія	горілка	951	прозорий
Bacardi Oro	ром	952	жовто-золотий
Pimm's №1	лікер	988	темно-оранжево-жовтий
Сухий Мартіні	вермут	989	прозорий
Кава espresso	б/а	990	ванільний
Southern Comfort	лікер	994	коричнево-оранжевий
Вода	б/а	996-1000	прозорий
Содова	б/а	1000	прозорий

Zwack Unicum	лікер	1012	винно-червоний
Goldschlager	лікер	1024	прозорий
Світле пиво	пиво	1025	бурштиновий
B&B	лікер	1026	бурштиновий
Молоко 3,5%	б/а	1029	білий
Irish Mist	лікер	1033	насичений коричневий
Куантро	лікер	1039	охра коричнева
Кола	б/а	1040	коричнювато-чорний
Martini Rose	вермут	1042	рожевий
Апельсиновий сік	б/а	1045	помаранчевий
Martini Bianco	вермут	1048	прозорий
Mandarine Napoleon	лікер	1048	помаранчево-жовтий
Maliby	ром	1051	коричнево-малиновий
Martini Rosso	вермут	1052	коралово-червоний
Бейліс	лікер	1054	ванільний
Melon De Kuypers	лікер	1060	прозорий
Benedictine	лікер	1075	бурштиновий
Frangelico	лікер	1075	прозорий
Glavya	лікер	1080	бурштиновий
Drambuie	лікер	1080	бурштиновий
Campari	вермут	1080	червоний
Galliano	лікер	1084	лимонно-жовтий
Blue Curacao Marie Brizard	лікер	1092	блакитний
Tia Maria	лікер	1095	коричневий
Midori	лікер	1110	лаймово-зелений
Advocaat	лікер	1112	помаранчево-жовтий
Kahlua	лікер	1150	коричневий
Cacao White Marie Brizard	лікер	1163	прозорий
Grenadine Rives	сироп	1225	червоний
Сиропи Monin	сироп	1300	різні



**Мадлінг (Muddling)** – тиснути. З допомогою мадлера (товкача) готується відомий коктейль «Мохіто», а також багато інших, у складі яких є ягоди, фрукти, спеції та інші тверді компоненти. З них вичавлюється сік чи ефірні масла, а потім насилається лід чи краш (колотий лід), наливаються інгредієнти коктейлю і всі складові перемішуються барною ложкою. Ще один приклад: коктейль «Кайпірія».

**Стіп (Stir)** – коктейлі готуються в змішувальній склянці; у їхньому складі зазвичай понад 3 компоненти, але вони не потребують сильного змішування (всі міцні спиртні напої, вина і бітери). Метод дуже простий: у змішувальну склянку насипають лід, наливають інгредієнти коктейлю (починаючи з найменш міцного). Потім обертальним рухом перемішують барною ложкою вміст, після чого з допомогою стрейнера проціджують напій у келих.



Ця технологія приготування коктейлів використовується для тих змішаних напоїв, які потрібно подавати без льоду, але охолодженими. Найпопулярніший коктейль – «Сухий Мартіні».



Спосіб приготування коктейлів **Шейк (Shake)** застосовується при створенні змішаних напоїв із компонентів, які складно змішуються (сиропів, лікерів, яєць, пюре тощо). Для перемішування використовують шейкер. Існує **дві техніки**:

- техніка **Shaking** використовується для правильного розведення коктейлю. Якщо замало льоду в шейкері – він швидко розтане, і коктейль стане водянистим, втратить міцність. Саме тому шейкер наповнюють на 2/3. Інгредієнти треба наливати від менш до більш міцних. Струшувати шейкер можна максимум 20 секунд, при цьому трусити його потрібно так, щоби вміст рухався від дна до дна, тобто лід має переміщуватися вздовж усього шейкера. У шейкері не можна струшувати газовані напої. Контролюють охолодження на дотик: коли на стінках металічної частини шейкера з'являться краплі конденсату, коктейль готовий; потрібно процідити через стрейнер в склянку. Коктейль «Віскі Сауер» готують саме так;

- **Fine strain** – коктейль готується в шейкері, але при проціджуванні, додатково до стрейнера додається дрібне сито, щоб прибрати дрібні часточки льоду чи розтовчених мадлером у шейкері якихось компонентів. Приклади: коктейлі «Космополітен», «Дайкірі», «Негроні».

Спосіб приготування **Бленд (Blend)** – коктейлі змішуються з допомогою блендера. Це потрібно, якщо до складу напою входять

фрукти, ягоди, морозиво та інші в'язкі елементи. Такий спосіб також застосовують і при створенні коктейлів класу Frozen (заморожений). Якщо кидати в блендер лід у відповідних пропорціях, то створюється снігова маса з певним незвичним смаком і ефектним виглядом.

*Принцип готування* способом бленд: у блендер насипають лід, у будь-якій послідовності наливають (чи всипають) інгредієнти, а потім – перемішують, при цьому збільшуючи швидкість блендера від менших оборотів до більших. Так готують коктейль «Піна Колада».

### **17.5. Способи подачі, правила та поради до приготування коктейлів**

У світовій практиці барної справи сформувалися такі основні **способи подання** коктейлів:

- **Crustas** (*красмас*) – подача коктейлів з цукровою або сольовою облямівкою (Маргарита). Для створення інею край келиха приблизно на 1 см зсередини і зовні змочують соком лимонної чи апельсинової цедри (при використанні апельсинового соку цукрова облямівка має злегка рожевий відтінок), попередньо вичавивши надлишок соку, щоб він не стікав по стінках. Потім келих опускають у тарілку з цукровою пудрою, кристалічним цукром чи сіллю. Наповнюють келих до нижнього краю обідка.

- **Shakerato** (*шейкерато*) – подача будь-яких збитих у шейкері коктейлів в охолодженому стані;

- **Frozen** (*фрозен*) – подача напоїв із великим вмістом колотого або перемеленого льоду, приготовлених з допомогою блендера;

- **Swizzle** (*свіزل*) – подача коктейлів у келиху, на 2/3 заповненому крихтами льоду;

- **Frappe** (*фрапе*) – подача коктейлів на подрібненому льоді;

- **Mist** (*міст*) – подача коктейлів на колотому льоді;

- **On the rock's** – подача коктейлів з кубиками льоду;

- **Mild/Mudl** (*мілд/мадл*) – подача коктейлів зі свіжими товченими фруктами і ягодами в посуді подачі;

- **Rainbow** (*веселка*) – подача коктейлів, у яких напої викладені шарами за щільністю;

- **Extreme** (*екстрим*) – подача коктейлів із застосуванням вогню;

- **Labocca** (*лабокка*) – приготування та подача коктейлю безпосередньо в роті гостя.

**Прикрасами** для коктейлів можуть слугувати різні фрукти, ягоди, цедра цитрусових. Міцні коктейлі та крошони прикрашають кружальцем лимона або апельсина. Для цього шматок надрізають

радіально і одягають на край келиха чи склянки. Можна використовувати і половинку кружальця, тоді надріз робиться між шкіркою і м'якоттю.

Коктейлі з томатним соком («Кривава Мері») прикрашають гілочкою зелені або стеблом селери, можна також використовувати мариновані овочі.

Найчастіше в барах для прикрашання коктейлів використовують «п'яну вишню» (вишня, вимочена в міцному спиртному напої); вишню в сиропі; четвертинку, половину чи ціле кружальце лимона, лайму чи апельсина; вузьку довгу спіраль зі шкірки лимона чи апельсина (т.зв. «твіст», який ще й ароматизує коктейль); кружальце грейпфрута, свіжого ананаса; зелені оливки чи маслини; гілочки селери, м'яти; мариновані цибулинки маленьких розмірів.

Доцільно пам'ятати, що прикраса, яка заважає пити коктейль, – це невдала прикраса. При оздобленні змішаних напоїв краще уникати використання паперових парасольок, ліхтариків, прапорців тощо.

Не рекомендують заздалегідь нарізати фрукти для подальшого полегшення роботи, оскільки вони втрачають свою свіжість. Наприклад, прикраси з яблук (троянди, пір'я тощо) варто робити одночасно з приготуванням коктейлю, інакше яблучні фігурки потемніють.

Приготування деяких коктейлів, що подаються без льоду, потребує охолодження келиха. Для цього необхідно частину келихів зберігати у холодильнику чи в морозильнику, а можна покласти декілька кубиків льоду в склянку, покрити навколо осі, в такий спосіб охолодивши її, після чого лід викидають.

Паличка (соломинка) для перемішування коктейлів є прикрасою, і до її вибору потрібно ставитися дуже уважно. На сьогодні можна обрати будь-який варіант цього декору, який відповідатиме тематиці закладу, а можна використовувати звичайні пластикові чи дерев'яні. Те ж стосується і підбору соломинок. Проте тут доцільно обирати такий варіант, який не заважатиме вживати напій, а допомагатиме цьому процесу. Наприклад, для мартіні, який наливають зазвичай у широкий келих, соломинка повинна бути короткою; для багатьох напоїв використовують довгі соломинки (з вигином або без нього); для густого молочного беруть соломинки великого діаметра і без вигину. Стосовно вибору кольору, то одним до вподоби класичні варіанти, інші – обирають більш яскраві.

Цікаві прикраси для коктейлів чи десертів бармен може перетворювати на апетитні композиції. Наприклад, нанизувати на соломинки або палички різнокольорові вишні, кульки дині, кружальця лимона, шматочки яблука чи зефіру, полуницю, чергуючи кольори і добираючи контрастні поєднання.

#### **Правила та поради стосовно приготування коктейлів:**

- за міжнародними правилами коктейль не повинен містити понад 60 мл спирту і більше п'яти різних інгредієнтів;
- загальний об'єм long drinks не має перевищувати 250 мл;
- у long drinks при подачі обов'язково потрібно ставити соломинку і паличку для перемішування (свізл-стік);
- напої, що містять вуглекислоту (содову, лимонад, шампанське), ніколи не змішують в шейкері;
- шампанське, фруктові соки, лимонад, содову для приготування коктейлів потрібно тримати в холодильнику;
- багато коктейлів змішують разом з кубиками льоду, потім проціджують і наливають у келихи, в яких вже є кубики льоду. Так, у напій потрапляє менше води, і він залишається добре охолодженим;
- коктейлі можна подавати з кольоровим льодом, отриманим при заморожуванні підсолоджених фруктово-ягідних соків, кави чи молока;
- аби вичавити якомога більше соку з лимона чи апельсина, потрібно покласти фрукти на декілька секунд у гарячу воду;
- для фруктових коктейлів (Дайкірі чи Піна Колада) рекомендують обирати стиглі або злегка перезрілі фрукти – вони солодші.

### **17.6. Офіційні коктейлі Міжнародної асоціації барменів**

**Офіційні коктейлі МАБ** (*IBA official cocktails*) охоплюють ті змішані напої, що обрані Міжнародною асоціацією барменів (МАБ) до списку коктейлів, які дозволяється готувати на міжнародних конкурсах, а також для використання в щорічному Всесвітньому змаганні коктейлів в барменському ремеслі.

Коктейлі, включені до цього переліку, найпопулярніші й найпоширеніші в світі, а рецепти їх приготування за версією МАБ для захисту прав клієнтів приведені до єдиного стандарту. Ідея країн-учасниць МАБ полягала в тому, щоб клієнт, відвідавши бар у будь-якій точці планети, міг замовити коктейль з офіційного списку, рецептура і спосіб приготування якого не матимуть відмінностей залежно від обраного ним бару.

Об'єм коктейлів МАБ вказується у сантілітрах (cl), а не у звичайних мілілітрах (ml).

Міжнародна асоціація барменів (*IBA – International Bartenders Association*) створена 24 лютого 1951 р. в салоні «Гранд Готелю» (м. Торкі, Великобританія). Спочатку в її складі було сім країн-учасниць. Члени IBA відібрали (на їхню думку) кращі витвори барменського мистецтва, які готувалися в багатьох престижних барах світу. Спочатку члени Асоціації затвердили список з шістдесяти «Офіційних коктейлів IBA», однак згодом кількість учасників зросла, і цей перелік зазнав змін: одні коктейлі були вилучені, інші додані. Станом на 2019 рік до складу Асоціації ввійшли національні організації 64 країн (штаб-квартира Асоціації зареєстрована у Сингапурі), а кількість офіційних коктейлів IBA становить 77, з них 65 – випробувана часом і модою легендарна класика.

У 2003 році Україна заявила про бажання взяти участь у членстві МАБ. У 2006 році у Греції на закритих зборах президентів IBA, пройшовши трирічний випробувальний термін, Україна стала повноправним членом Асоціації та бере участь в Міжнародному конкурсі WCC/WFC IBA (Міжнародному конкурсі коктейлів).

Зараз, офіційні коктейлі МАБ поділяються на три категорії: незабутні (*The Unforgettable*) – 30 коктейлів, сучасна класика (*Contemporary Classics*) – 31 коктейль, напої нової ери (*New Era Drinks*) – 16 напоїв.

Британське видання «Drinks International» опублікувало рейтинг найпопулярніших алкогольних коктейлів (дані на 2019 р.), складений на основі уподобань відвідувачів кращих барів у світі. Зокрема, видання складо список, проаналізувавши дані про продажі коктейлів в 106 барах зі списку кращих питних закладів планети World's 50 Best Bars.

На першому місці в рейтингу розташувався «Old Fashioned» – коктейль-аперитив Міжнародної асоціації барменів на основі бурбона, скотча або житнього віскі, який подається з апельсином та коктейльною вишнею. Він очолює рейтинг четвертий рік поспіль і є найбільш продаваним коктейлем в кращих барах світу. На другому місці розташувався «Negroni» – коктейль на основі джина і вермута, а трійку лідерів у рейтингу замкнув «Whiskey Sour». До десятки також увійшли «Dry Martini», «Daiquiri», «Margarita», «Manhattan», «Moscow Mule», «Espresso Martini», «Mojito».

## **Запитання та завдання для самоперевірки**

1. Дайте визначення терміна «коктейль». Розкрийте найпоширеніші версії його походження.
2. Як вплинув Сухий закон в США на розвиток барної культури всього світу?
3. Назвіть ознаки, за якими класифікують коктейлі. На які види поділяються змішані напої за об'ємом і міцністю?
4. Назвіть види коктейлів, які виділяють залежно від часу споживання.
5. Перелічіть види коктейлів залежно від вмісту алкоголю і сировини, температури подавання та смакових властивостей.
6. Як поділяються коктейлі за складом з'єднаних напоїв? Що таке коктейлі «Дейзі», «Колінзи», «Коблери», «Кулери», «Слінги», «Свізли»?
7. Назвіть відмітні риси коктейлів типу «Фізи», «Сауери», «Фікси», «Шаруваті», «Сенгері» та «антипохмільні».
8. Перелічіть типи та назвіть характерні ознаки зігріваючих коктейлів.
9. Охарактеризуйте коктейлі з м'ятою. Чим відрізняються «Джулепи» від «Смешів»?
10. Назвіть коктейлі, при приготуванні яких використовується яйце. В чому їхні відмінності?
11. Перелічіть основні способи приготування коктейлів. Охарактеризуйте метод «Білд» та основні його техніки.
12. В чому сутність способу приготування коктейлів «Стір»? Дайте характеристику способу «Шейк» та його технік.
13. Опишіть спосіб приготування коктейлів «Бленд».
14. Назвіть найпопулярніші способи подавання коктейлів у світовій практиці.
15. Перелічіть прикраси, які бармени найчастіше використовують при прикрашанні змішаних напоїв.
16. Назвіть основні правила і поради стосовно приготування коктейлів.
17. Охарактеризуйте діяльність Міжнародної асоціації барменів.

## **Тести для самоконтролю**

1. В Англії появу коктейлів пов'язують з історією півнячих боїв. Можливо, саме від англійського слова, що означає \_\_\_\_\_, з'явилася відома назва змішаних напоїв.  
а) півняче пиво; б) хвіст півня; в) перо півня; г) спина півня.
2. Перша згадка слова «коктейль» у пресі належала нью-йоркському виданню «The Ballance» у \_\_\_\_\_.  
а) 1920 році; б) 1933 році; в) 1806 році; г) 1950 році.
3. Найпродуктивнішим з точки зору впливу на світову барну культуру став Сухий закон в США, який діяв \_\_\_\_\_.  
а) з 1920 по 1933 рр.; б) в 1950-х рр.; в) на поч. ХХ ст.; г) в сер. ХІХ ст.
4. Легалізація незаконних доходів, що нині називається «відмиванням», бере свій початок від періоду дії Сухого закону в США, а саме від діяльності одного з найяскравіших представників того часу – \_\_\_\_\_.  
а) Дж. Вашингтона; б) Аль Капоне; в) Аль Пачіно; г) Рея Крока.



5. Коктейлі об'ємом від 160 до 300 мл та міцністю від 7 до 17% об. – це ...  
а) hot drinks; б) long drinks; в) short drinks; г) shot drinks.
6. Які коктейлі мають місткість 40-60 мл, п'ють залпом, а деякі для ефектності ще й підпалюють?  
а) hot drinks; б) long drinks; в) short drinks; г) shot drinks.
7. Яка категорія коктейлів збуджує апетит і поліпшує травлення?  
а) аперитиви; б) дигестиви; в) any time drinks; г) хот дрінкс.
8. Яка категорія коктейлів може містити багато цукру; подається до кави?  
а) аперитиви; б) дигестиви; в) any time drinks; г) хот дрінкс.
9. Short drink, до складу якого входить один спиртний напій, лимонний сік, цукор і сироп «Гренадин», – це ...  
а) «Дейзі»; б) «Колінз»; в) «Коблер»; г) «Кулер».
10. Одним із класичних лонг-дрінків, що складається з одного спиртного напою, лимонного соку, цукру, содової і льоду, подається в одному з різновидів «хайболів», є коктейль типу ...  
а) «Дейзі»; б) «Колінз»; в) «Коблер»; г) «Кулер».
11. Які коктейлі містять багато лимонного соку в поєднанні зі спиртним напоєм, содовою і ложечкою цукру, яскравим представником яких є «Сингапур...»?  
а) «Дейзі»; б) «Слінги»; в) «Коблери»; г) «Свізли».
12. До складу яких коктейлів входять бітери?  
а) «Фізів»; б) «Слінгів»; в) «Свізлів»; г) «Сауерів».
13. У складі яких коктейлів міститься сильногазована вода?  
а) «Фізів»; б) «Слінгів»; в) «Свізлів»; г) «Сауерів».
14. Кислі коктейлі, у складі яких міцний алкогольний напій, цукровий сироп і лимонний сік, називаються \_\_\_\_\_.  
а) «Фізами»; б) «Свізлами»; в) «Смешами»; г) «Сауерами».
15. Нічим не розведені коктейлі, у складі яких міцні алкогольні напої, лікери, сиропи чи вина, – це \_\_\_\_\_.  
а) «Фізи»; б) «Слінги»; в) «Фікси»; г) «Сауери».
16. Пунші відносять до категорії \_\_\_\_\_.  
а) кислих коктейлів; б) зігріваючих коктейлів;  
б) коктейлів з м'ятою; г) коктейлів з шампанським.
17. Джулепи і смеші належать до категорії...  
а) кислих коктейлів; б) зігріваючих коктейлів;  
б) коктейлів з м'ятою; г) коктейлів з шампанським.

18. Long drink, приготований в шейкері, основними компонентами якого є: яєчний жовток, цукор або цукровий сироп, вершки або молоко і спиртний напій та мелений мускатний горіх, – це...

- а) «Фліп»; б) «Ойстер»; в) «Грог»; г) «Ег-ног».

19. Який коктейль готують в міксері чи шейкері, а потім додають жовток?

- а) «Фліп»; б) «Ойстер»; в) «Грог»; г) «Ег-ног».

20. У складі якого коктейлю міститься сіль, перець, гострий кетчуп і цілий жовток, який додають з допомогою столовою ложки після змішування усіх компонентів?

- а) «Фліп»; б) «Ойстер»; в) «Грог»; г) «Ег-ног».

21. Метод приготування коктейлю, коли інгредієнти комбінуються безпосередньо в посуді, в якому подаються, називається \_\_\_\_\_.

- а) build; б) stir; в) blend; г) shake.

22. Як називається техніка приготування коктейлів з допомогою товкача, яким вичавлюють сік чи ефірні масла з фруктів, ягід чи спецій?

- а) building; б) layering; в) muddling; г) blending.

23. При створенні змішаних напоїв із компонентів, що складно змішуються, застосовується спосіб \_\_\_\_\_.

- а) build; б) stir; в) blend; г) shake.

24. Якщо до складу змішаного напою входять фрукти, ягоди, морозиво та інші в'язкі елементи, застосовують спосіб приготування коктейлів \_\_\_\_\_.

- а) build; б) stir; в) blend; г) shake.

25. Подача коктейлів з цукровою або соляною облямівкою називається \_\_\_\_\_.

- а) crustas; б) shakerato; в) frozen; г) swizzle.

26. Приготування й подачу коктейлю безпосередньо в роті гостя називають ...

- а) crustas; б) shakerato; в) labocsa; г) swizzle.

27. За міжнародними правилами коктейль НЕ повинен містити \_\_\_\_\_.

- а) тільки два компоненти, один з яких – лід;  
б) понад 60 мл спирту і більше п'яти різних інгредієнтів;  
в) напої, насичені вуглекислим газом;  
г) цілих ягід чи фруктів у келиху.

28. За міжнародними правилами загальний об'єм лонг-дрінка не має перевищувати \_\_\_\_\_.

- а) 100 мл; б) 450 мл; в) 250 мл; г) 500 мл.

29. В яких одиницях вказується об'єм коктейлів в офіційному переліку Міжнародної асоціації барменів?

- а) мілілітрах; б) сантиметрах; в) міліграмах; г) сантілітрах.

30. Скільки коктейлів належать до офіційного переліку IBA?

- а) 50; б) 65; в) 77; г) 150.

## **ТЕМА 18. ПИВО: ІСТОРІЯ ВИНИКНЕННЯ, ОСОБЛИВОСТІ ВИРОБНИЦТВА, РІЗНОВИДИ ТА ПРАВИЛА СПОЖИВАННЯ**

- 18.1. Поняття та основні характеристики пива.
- 18.2. Історія пивоваріння.
- 18.3. Етапи виробництва пива та їх особливості.
- 18.4. Класифікація пива: критерії та різновиди напою.
- 18.5. Традиції, культура споживання, користь і шкода пива.
- 18.6. Правила подавання і споживання пива.
- 18.7. Споживання пива у світі та в Україні.

### **18.1. Поняття та основні характеристики пива**

**Піво** – слабоалкогольний напій, отриманий спиртовим зброджуванням солодового сусла (найчастіше на основі ячменю) з допомогою пивних дріжджів, із додаванням хмелю. У більшості сортів пива вміст етилового спирту коливається від 3,0 до 6,0% оборотів: міцне пиво містить 8,5%-14% об., легке – 1-2% об., окрему групу становить безалкогольне пиво.

Пиво поширене в багатьох країнах світу і за популярністю посідає третє місце після води і чаю, завдяки своїм смаковим якостям і аромату. Існує близько тисячі сортів пива, які істотно відрізняються за своїми смаковими характеристиками.

За визначенням «Податкового кодексу України», пиво – це насичений діоксидом вуглецю пінистий напій, отриманий під час бродіння охмеленого сусла пивними дріжджами. Характеризується специфічною гіркотою та ароматом, якого надає йому хміль, а також здатністю до піноутворення. Процес виробництва пива називається броварством або пивоварінням.

Слов'янське слово «пиво» (від дієслова «пити») спочатку позначало будь-який напій, особливо часто вживаний. І тільки пізніше стало назвою алкогольного напою практично на усіх слов'янських мовах: українською та російською «пиво», білоруською «піва», польською «ріво», чеською і словацькою «ріво» тощо. Лише у болгарській мові вживається германізм «біра», але «пивовар», «пивоварение» і «пивоварен» співзвучні зі слов'янськими аналогами.

У стародавніх літописах галлів, британців і скандинавів також згадується про пиво. У давньогерманській мові пиво називалось «реог», «біог», «ріег». Вважають, що ця назва походить від середньолатинського «biber» – напій. Сучасна німецька назва пива – «Bier», англійська – «beer», французька – «bière».

Для виробництва пива зазвичай потрібні вода, ячмінний солод, хміль, пивні дріжджі. Іноді додатково застосовуються несолоджені

матеріали (непророщене рисове, ячмінне, кукурудзяне борошно й круп; сировина із вмістом вуглеводів) та інші допоміжні інгредієнти.

Оскільки пиво в основному складається з **води**, то її характеристики визначають якість пива. Сольовий склад води впливає на рівень «рН», на швидкість і глибину ферментаційних і бродильних процесів.

Серед різних типів солоду **ячмінний солод** найпоширеніший завдяки високим ферментаційним якостям. Однак використовуються й інші солодові та несолодові злаки, включаючи пшеницю, рис, жито, овес і кукурудзу.

**Хміль** додає напою гіркоти, що збалансовує смак солоду і має антибіотичний ефект, оскільки знешкоджує небажані мікроорганізми.

## 18.2. Історія пивоваріння

Пиво – один із **найдревніших напоїв**, відомий ще з епохи неоліту, як і мед, квас і вино. Існує думка, що вирощувати зернові почали саме заради пива, а не хліба. Дослідження органічних решток у кам'яних ступках, знайдених в ізраїльській печері Ракефет, засвідчило, що натуфійці виробляли пиво близько 13 тис. років до н.е. з пшениці й ячменю ще до того, як зернові культури почали використовувати для випічки хліба. Давнє пиво швидше нагадувало кашу, ніж пінний напій.

Свідчення про варіння пива в районі стародавнього Ірану і шумерської культури Древньої Месопотамії датовані періодом близько 3500-2900 рр. до н.е. Знахідки підтверджують, що приблизно в цей же час пивоварінням займалися й єгиптяни, пізніше – вавилоняни. Від єгиптян його запозичили євреї.

Стародавні **єгиптяни** знали чимало сортів пива, починаючи зі звичайного ячмінного темного, світлого з тонким ароматом і пива звичайного із сумішшю 10 різних видів солоду і закінчуючи пивом, для виготовлення якого використовувався пшеничний солод. Оскільки пиво виробляли тоді з солодового хліба, підсмаженого чи підсушеного на сонці, то ще у стародавньому Єгипті й Вавилоні виник популярний і досі вираз «пиво – рідкий хліб». Пиво, цибуля й хліб були основною їжею бідних і середніх верств населення. Знамениті пивоварні були у Пелузії (в дельті Нілу), де варили найкраще пиво. Зі стародавнього Єгипту збереглося донині чимало записів на папірусі про пивоваріння.

У **Європі** першими навчились готувати пиво **греки**, встановивши з Єгиптом тісні торговельні й культурні зв'язки і запозичивши багато чого з єгипетської цивілізації. Вони навчились готувати ячмінний п'яний напій – ячмінне вино, або пиво, яке називали «зітон». **Римляни** також перейняли вміння готувати це ячмінне вино (пиво) і варили його не

лише з ячменю, а й і з пшениці та інших злаків. Проте хоча греки і римляни раніше за будь-кого іншого в Європі, навчилися варити пиво, все ж ставились до нього тривалий час досить зневажливо, вважаючи його варварським напоєм. Навіть великий давньогрецький філософ і вчений середини другої половини IV ст. Арістотель вважав, що «від вина голова стає важчою, а від пива дурнішою». Така ситуація була пов'язана з тим, що у стародавній Греції і Римі були дуже розвинуті виноградарство й виноробство, там надавали перевагу вину, вважаючи його благородним напоєм.

Пиво ще за кілька століть до н.е. (VI-V ст. до н.е.) і на початку нашої ери виготовляли й пили в Іберії (Стародавній **Іспанії**), у Фракії, в Іллірії та Паннонії (на території сучасних **Албанії** та **Югославії**). Про споживання фракійцями та іллірійцями ячмінного світлого пива як народного напою згадується і в Біблії. У I ст. до н.е. мистецтво виготовлення пива перейшло з Іспанії у Галлію, населену кельтськими племенами (сучасна **Франція**), де воно у I ст. н. е. під назвою «korma» також вважалося народним напоєм. Це пиво збереглося у північній Франції, Бельгії й Англії і до сьогодні.

В епоху раннього Середньовіччя пиво в Європі виробляли переважно в монастирях, причому робили це дуже професійно, вдосконалюючи його технологію: зокрема, саме монахи стали додавати до пива хміль (як консервант).

У стародавньому **Китаї** його варили з пророслого рису, а також із рису і фруктів. Зазвичай виробництвом пива займалися в північних регіонах, де кліматичні умови несприятливі для вирощування винограду.

**Україна.** Вже за часів Великого князя Київського Ярослава Мудрого пивоваріння було звичним процесом, а пиво – одним із улюблених напоїв. Кажуть про це і писемні джерела, і археологи, адже відбитки ячменю і сліди знярядь пивоварного фаху виявили під час розкопок.

Саме слов'яни вперше стали використовувати хміль у пивоварінні. Адже він надавав пиву приємного легкого смаку й аромату, а також сприяв тривалішому зберіганню напою. У Німеччині хміль почали додавати приблизно в XII ст., у Нідерландах – у XI ст., в Англії – в XV ст.

У головній пам'ятці того часу – «Руській правді» (збірнику давньоруського права XI-XII століть) міститься перша згадка про пивоваріння на Русі, яку прийнято вважати умовно «офіційною». Зокрема, йдеться і про «солод».

За Козацької доби процес пивоваріння поліпшували, смак пива – вдосконалювали. Зростала і кількість сортів напою. Хміль став

основним інгредієнтом пивоваріння. А бурхливий розвиток торгівлі підняв пивоварів на зовсім інший рівень. Пиво варили вже не лише вдома. Дійшло до того, у 1360 р. уряд наказав варити пиво тільки професійним броварням.

З другої половини XVI ст. на українських землях з'явилися перші державні броварні, формувалися професійні цехи пивоварів або солодовників. З XVII ст. держава фактично монополізувала пивоваріння. Пиво стало привілеєм, доступним шляхті і козацькій старшині.

Потужні броварні мали Києво-Печерська лавра, Михайлівський та інші монастирі.

Станом на кінець XVII ст. Україну можна було назвати «пивною країною». За класифікацією видатного французького історика Фернана Броделя (1902-1985) українські землі Речі Посполитої у XVII ст. входили до зони «Півного царства». Утім, великих пивних підприємств в Україні ще не було. Броварні були невеликими, а вживали їхню продукцію здебільшого місцеві мешканці. Успіх звареного пива залежав від майстерності броваря із багатолітнім досвідом.

В 1860 р. французький хімік Луї Пастер відкрив мікробіологічні організми, які використовуються в пивоварінні й досі. А данський ботанік Еміль Хансен у 1883 р. винайшов чисту культуру дріжджів, яка ідеально пасувала саме для виробництва пива. Тому у XIX ст. пивоваріння докорінно змінилося.

Україна, попри усталені стереотипи, не надто й відставала від відомої «пивної країни» Німеччини – там промислове виробництво пива почали лише на кількадесят років раніше. Українське пиво успішно конкурувало з європейськими аналогами. Його навіть експортували до Європи. Наприклад, тільки у Києві за переписом 1874 р. було шість промислових броварень. А у 1890 р. у Київській губернії працювало понад 30 пивних заводів, які виробляли понад 836 тисяч відер пива на рік.

До 1905 року пиво заповонило світовий ринок. Воно перемогло всі інші алкогольні напої. Пиво відтоді й донині вважається одним із основних повсякденних напоїв.

У XX ст. найбільшими виробниками пива вважали Німеччину, США і Англію. В Україні ж у радянські часи пивоварні націоналізували, а саме пивоваріння значною мірою стандартизували. З відновленням незалежності в Україні почали активно відновлювати власні пивоварні традиції.

### 18.3. Етапи виробництва пива та їх особливості

Хоча розвиток технологій в XIX і XX ст. призвів до значних змін в технології броварства, основні операції пивоваріння все ж залишаються незмінними. Виробництво пива складається з таких **етапів**:

- виробництво солоду;
- затирання солоду;
- фільтрація затору;
- кип'ятіння сусла;
- освітлення та охолодження сусла;
- бродіння;
- фільтрація пива;
- пастеризація пива;
- розлив пива.

1. Для **виготовлення солоду** використовують ячмінь спеціальних пивоварських сортів, який очищається, сортується, дезінфікується і замочується на кілька днів до вологості 43-46%. Зерна, що перебувають в особливих умовах, проростають, у них накопичуються необхідні ферменти, крохмаль, білки, вітаміни переходять у розчинний стан.

Пророслі зерна сушать, очищують від паростків – отримують солод, який не менше 1 місяця має відлежатись. В цей час відбуваються складні біохімічні процеси. Готують солод і з інших злаків.

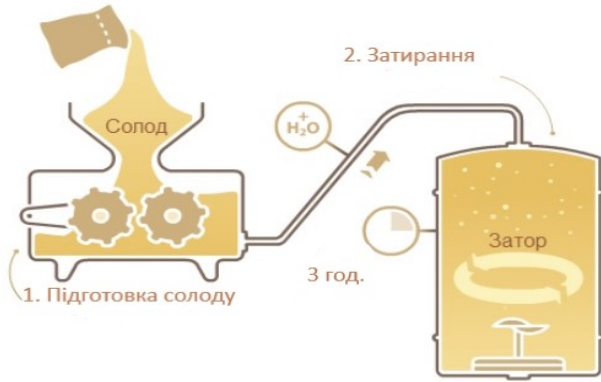
У пивоварінні виділяють 3 основних **типи солоду**:

- **яскравий солод типу пільзенського** – характеризується коротким проростанням і особливо добре підходить для пива пільзенського типу сильним охмелінням, повним смаком і хорошим піноутворенням. Придатний для темного пива, як верхнього, так і нижнього бродіння;

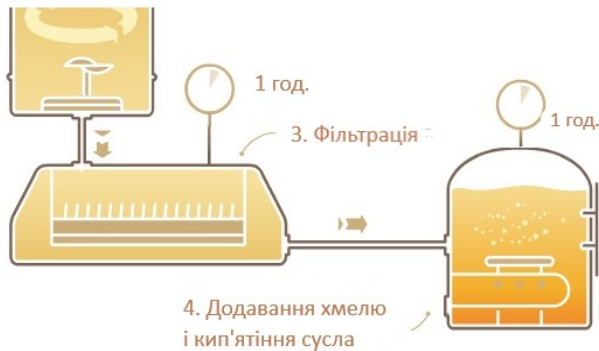
- **мюнхенський солод** – має темний колір, виготовляється з ячменю з вищим вмістом білка. Пиво, зварене на цьому солоді, має темніший колір, гострий запах і смак з помітною нотою солоду. Зазвичай використовується в кількості 10-60% заповнення;

- **віденський солод** – перехідний тип між світлим і темним солодом. Використовується для поглиблення смаків.

2. **Затирання солоду**. Для виробництва того чи іншого виду пива використовують певну рецептуру затору – суміші різного виду солоду та інших необхідних інгредієнтів. Подрібнений солод розбавляють водою (затирають) в котлі і нагрівають до потрібної температури.



3. На етапі **фільтрації** затор перекачують у фільтр-чан, де відокремлюють нерозчинну дробину і сусло. Пивна дробина вважається відходами пивоварного процесу і є сумішшю часток ядер і оболонок зерен, її використовують для годування тварин або для виробництва біогазу.

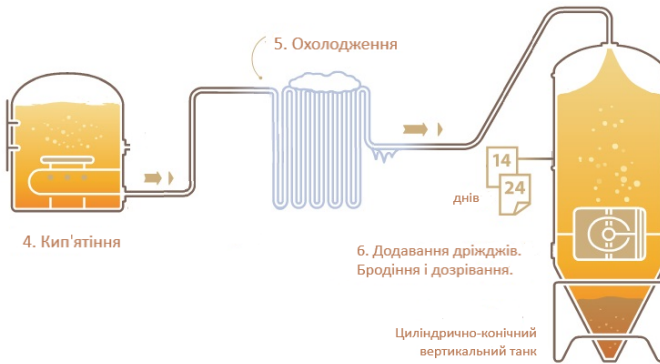


4. **Кип'ятіння сусла.** До отриманого неохмеленого сусла додають хміль, інші інгредієнти, і варять в сусловарильному котлі 1-2 години. Завдяки хмелю пиво набуває характерної гіркоти, аромату і стійкої щільної піни. Крім того, випаровуються різні ароматичні компоненти, що несприятливо впливають на смак пива. Українські пивовари зазвичай використовують вітчизняний хміль, але також імпортують баварський (Німеччина), чеський, англійський та американський.



5. **Освітлення та охолодження сусла.** Готове сусло перекачують у гідроциклон (**вирпул**), де відбувається відокремлення білка і нерозчинних залишків злаків і хмелю. Після цього сусло охолоджують в спеціальному пластинчастому охолоджувачі і перекачують для бродіння в танки. Під час перекачування воно насичується киснем, необхідним для харчування дріжджів.

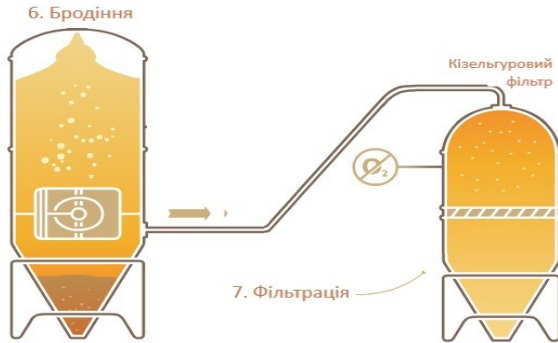
6. **Бродіння** починається в циліндро-конічних вертикальних танках – до отриманого розчину додають пивні дріжджі, і він зброджується за низьких температур кілька тижнів. Час бродіння, його температура залежать від дріжджів, які використовують для варіння пива і від виду пива, яке хочуть отримати – верхового або низового шумування.



Для правильності процесу бродіння, необхідно постійно підтримувати температуру сусла, тому танк охолоджують. Для виробництва пива *верхового бродіння* підтримують температуру 15-20°C, для *низового бродіння* – 6-9°C. Відсутність піни на поверхні сусла – показник закінчення процесу бродіння. На дні танка для бродіння збираються всі відпрацьовані дріжджі і пластівці протеїнових сполук, після закінчення бродіння їх видаляють. В результаті бродіння отримують молоде «зелене» пиво, яке охолоджується і дозріває за температури 0-1°C.

7. **Фільтрація пива** від залишків дріжджів. Фільтроване пиво відрізняється тим, що воно стабільніше, і може зберігатися до 2-х тижнів. Коли цей крок пропускають, таке пиво називають «нефільтрованим». На промислових пивоварнях для фільтрації пива використовують *кізельгуровий фільтр*, сепаратори, фільтри-преси, фільтри тонкого очищення.

Освітлене (відфільтроване) пиво збирається у форфасах – спеціальних ємностях для зберігання перед розливом.



**8. Пастеризація пива** – для збільшення терміну придатності пива (до 6-ти місяців) певні сорти пива нагрівають до температури 68-72°C. На деяких заводах пиво пастеризують вже в пляшках, на інших – ще до розливу. Вважається, що пастеризація пива погіршує його смак.



**9. Розлив** здійснюють на спеціальних швидкісних пристроях (машинах). Від чистоти упаковки і швидкості видалення повітря з пляшок залежать терміни зберігання пива. Деякі пивоварні заводи мають власні цехи з виробництва скляних або ПЕТ-пляшок для пива. Повні пляшки пива герметично закупорюються і спеціальна машина наклеює на них етикетки.

Сучасні виробники розливають пиво в скляні пляшки, алюмінієві банки, ПЕТ-пляшки і кеги:

- **скляна пивна пляшка** використовується ще з 1841 р. Сьогодні її виробляють переважно з темно-зеленого або коричневого скла, що зумовлено зміною якісних характеристик пива при впливі світла.

Дизайн пляшок пива різних виробників неоднозначний: хтось розглядає пляшку як звичайну тару, а хтось вважає, що її форма повинна приваблювати нових споживачів. При позиціонуванні пивної пляшки невеликого обсягу (0,33 л) маркетологи стверджували, що пляшка міцно тримається в руці, її приємно брати, а кількість рідини достатня для задоволення одноразової потреби у пиві. Традиційною і найпопулярнішою ємністю для скляної пляшки вважається 0,5 літра;

- **алюмінієва, бляшана пивна банка.** У 1958 р. вперше почали розливати пиво в алюмінієву банку з колечком. Звичне сьогодні «вушко» (stay-on-tab) з'явилося в 1975 р. З точки зору збереження властивостей пива алюмінієва банка ідеальна, хоча суперечки навколо її гігієнічності не вщухають і досі. Звичайна ємність банки – 0,33 л, 0,5 л і 1 л;

- **пивна пластикова пляшка (ПЕТ-пляшка)** була створена компанією «DuPont» для полегшення упаковки для напоїв. Звичайна скляна пляшка важить до 350 г, а ПЕТ-пляшка – 28 г. Пластикова тара, разом з перевагами, має недоліки: пропускає УФ-промені та кисень всередину і випускає вуглекислий газ. Тому термін зберігання пива в ПЕТ-пляшці зменшується. У Німеччині в такій тарі пиво непридатне через два тижні, в Україні термін реалізації допускається до чотирьох місяців.

Зазвичай виробництво пластикових пляшок відбувається на пивоварних заводах, щоб не погіршувати гігієнічні показники пляшок. Стандартний об'єм ПЕТ-пляшок пива – 1 л, 1,5 л, 2 л;

- **пиво в кегах** виробники почали розливати з середини 90-х, але справжній бум припав на 2004 р. *Кег* – це бочечка з нержавіючої сталі, зазвичай ємністю від 5 до 100 літрів. Для того, щоб пиво не виливалося і його можна було вільно розливати, на кег встановлюється спеціальний клапан. Для розливу до нього приєднується спеціальний пристрій розливу й охолодження. Термін реалізації кегового пива набагато вищий, ніж традиційного пляшкового.

#### 18.4. Класифікація пива: критерії, різновиди

Сьогодні немає єдиної системи класифікації пива в усій його різноманітності. Думки американських та європейських авторів розходяться, проте існують певні **ознаки**, за якими класифікація можлива.

**За способом бродіння** двома основними видами пива є **лагер** – пиво *низового бродіння*, а також **ель** – *верхового*, які, у свою чергу, поділяються на сорти.

**Лажер** (від нім. Lagerbier – пиво, що дозріває при зберіганні) – найпоширеніший вид сучасного світлого пива, який вигадали в Богемії в 1842 р. На нього припадає 80-90% світового виробництва пива. В

давнину, навпаки, переважав ель, а лагер виник як екзотичний вид монастирського весняного напою.

Для виготовлення такого пива використовують дріжджі низового бродіння, які після ферментації опускаються на дно посудини. За температури 4-9°C відбувається бродіння. Завдяки низьким температурам утворюється менше мікроорганізмів, на відміну від верхового бродіння, що продовжує тривалість зберігання пива.

#### **Види лагеру:**

- **світлий лагер (Light lager)** – класичний лагер: смак свіжий, без вираженої солодкуватості чи гірчинки з добре відчутними хмільними нотками;

- **пільзнер (Pilsner)** – прозоре, золотисте за кольором і освіжаюче пиво. Має характерний пивний аромат і м'який смак хмелю;

- **європейський бурштиновий лагер** – має насичений бурштиновий колір, добре збалансований м'який солодовий смак, з нотками підсмажених зернових, і помірну щільність;

- **крижане пиво (Ice beer)** – дуже легке пиво, яке швидко охолоджують після варіння, не чекаючи остаточного завершення бродіння. Отримують пиво майже з подвійним вмістом алкоголю;

- **темний лагер (Dark lager)** – солодша версія лагеру із темно-бурштиновим чи темно-коричневим кольором. Має хлібний аромат із нотками карамелі чи шоколаду;

- **драфт (Draft/Draught)** – пиво з бочки, не пастеризується. Його транспортують в холодильних контейнерах або піддають тонкій фільтрації, замість пастеризації;

- **бок (Bock)** – міцніше пиво тривалого відстоювання. В Німеччині прийнято варити таке пиво наприкінці збору урожаю. Як і більшість пінних напоїв, Bock є світлий (helles) і темний (dunkles);

- **копчений лагер (Rauch)** – пиво має копчений присмак, якого надає напоєві підсмажений на вогні солод.

**Ель (Ale)** – вид пива, який виробляють верховим бродінням; має тонкий фруктовий присмак і високий (порівняно з лагером) вміст спирту. Цей спосіб виробництва напоїв відомий ще з часів давніх шумерів. Перед появою в Англії хмелю, термін «ель» використовували виключно для того пива, яке варилося без нього. Для напоїв із додаванням хмелю почали використовувати термін «пиво».

Для виготовлення елю використовують дріжджі, які після ферментації виштовхуються на поверхню вуглекислим газом. Верхове бродіння відбувається за температури від 15 до 24°C.

Тривале верхове бродіння, стерилізація та відсутність пастеризації роблять смак елю особливим. Солодкуватість солоду при виробництві визначає не наявність хмелю, а спеції і трави, які варяться в суслі. Виготовлений за класичною технологією, він містить вітаміни груп В, Е, селен, фосфор, кальцій, калій і магній.

#### **Види елю:**

- **портер (Porter)** – міцне темне пиво з відчутною щільністю і сильним солодкувато-гірким смаком і хмільним присмаком. Містить велику кількість ароматичних речовин. Колір змінюється від світлого до дуже темного;

- **стаут (Stout)** – темний пінний напій із хмільним смаком. Декілька видів паленого солоду надають йому особливого кольору та легких кавових ноток;

- **коричневий ель (Brown Ale)** – насичене, сухе темно-коричневе пиво зі смаком солоду і горіхово-шоколадним, винним чи карамельним присмаком;

- **пейл (Pale Ale)** – світле пиво бронзового відтінку, яке містить незначну кількість вуглекислоти. Найчастіше дозріває в пляшках. Має гіркувато-пряний присмак;

- **гіркий (Bitter)** – для його виготовлення використовують світлий очищений ячмінь і багато хмелю, що надає освіжаючого смаку із нотками фруктів;

- **пшеничний (Weizen, Weiss)** – містить 50-67% пшеничного солоду. Зазвичай це світло-солом'яне пиво з помірним фруктовим ароматом і хлібним запахом;

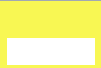












- **білий (Weisse)** – легке пшеничне пиво з незначним вмістом алкоголю, фруктовим акцентом і кислуватим присмаком. Як правило, до нього додають цукровий або малиновий сироп;

- **м'який (Mild)** – найлегший ель (світлий чи темний) із вираженим солодовим смаком. Його щільність близька до квасу 2,5-3,5%;

- **ячмінне вино (Barley Wine)** – незвичайне пиво з великим вмістом алкоголю 8-12% і високою щільністю. Має солодову гіркоту із фруктовим ароматом. Після витримки стає м'якшим.

**За кольором.** Колір готового пива залежить від складу сировини, а власне – від наявності в суслі темного солоду, а за його присутності – кількості і ступеня просмаженості останнього. Розрізняють *світле, темне, червоне, біле* і *змішане* пиво. Змішане пиво – результат, насамперед, чеської культури споживання пива. Отримують шляхом змішування темного і світлого пива.

Діапазон кольорів різних видів пива величезний. Перша система для визначення кольору пива була винайдена англійським пивоваром Джозефом Вільямсом Ловібондом в 1883 р., за якою колір пива визначали в порівнянні з кольоровими скельцями (т.зв. колірний градус Ловібонда). З часом її визнали недосконалою, оскільки, визначаючи колір, основну роль відігравав зір конкретної людини. В середині ХХ ст. винайшли спектрофотометр. В 1950 р. Американське товариство хіміків пивоварної промисловості (ASBC) запровадило еталонний табличний метод (SRM) для визначення кольору пива. Водночас європейські пивовари розробили з цією ж метою т.зв. Європейську пивоварну конвенцію (EBC). Спочатку для визначення кольору європейські пивовари застосовували візуальне порівняння. Через 25 років вони також почали використовувати спектрофотометр, відмінний від американського.

SRM/ Ловібонд	Стиль пива (приклад)	Колір	EBC
2	Світлий лагер, Бельгійське біле, Пільзнер, Berliner Weisse		4
3	Майбок, Блонд ель		6
4	Вайсбір		8
6	Американський пейл-ель, індійський пейл-ель		12
8	Вайсбір, Сезон		16
10	Англійський бітер, Extra Special Bitter		20
13	Б'єр-де-Гард, Подвійний індійський пейл-ель		26
17	Темний лагер, Віденський лагер, Мерцен, Бурштиновий ель		33
20	Коричневий ель, Бок-бір, Мюнхенський темний лагер, Дункелвайс		39
24	Сухий стаут, Допельбок, Портер		47
29	Стаут		57
35	Foreign Extra стаут, Балтійський портер		69
40+	Імперський стаут		79

### **Класифікація за щільністю сусла (за міцністю)**

**Щільність пива** – це концентрація сухих речовин у первинному суслі. Її вимірюють перед початком ферментації (бродиння), вона вказується у відсотках чи градусах Балінга (вага екстракту в 100 г розчину). *Чим щільніше пиво, тим насиченіший його смак.*

У безалкогольного пива цей показник складає не більше 5%, у легкого світлого – 11-13%, темні сорти мають щільність 12-20%.

Іншим важливим показником є **міцність** пива (об'ємна частка етилового спирту), що характеризується відсотковою кількістю спирту в готовому продукті. Для більшості видів пива вміст алкоголю коливається в межах 3-5,5%. Проте є і міцніші сорти пива із вмістом спирту 6-8%. Існують слабо-алкогольні і безалкогольні варіанти пивних напоїв, що містять менше 0,5%.

Міцність пива залежить від кількості цукру в суслі. Зазвичай, *чим щільніше пиво, тим воно міцніше*. Але варто зважати на якість пивних дріжджів, умови бродиння і дотримання технології виробництва, тому суворої залежності між щільністю і міцністю пива немає.

**За щільністю сусла і міцністю** виділяють:

- **просте пиво** (максимальна щільність – 7%, міцність – 0,5-1,5% об.);
- **розливне пиво** (щільність – 7-11%, міцність – 0,5-3% об.);
- **цільне пиво** (щільність – 11-16%, міцність – 0,5-7% об.);
- **безалкогольне пиво** (щільність – 6-12%, міцність – 0,3-0,6% об.);
- **міцне пиво** (щільність – понад 16%, міцність – 5-14% об.)

Звичайні пивні дріжджі перестають працювати при досягненні міцності понад 5,4% алк. Для виробництва міцного пива використовують особливо витривалі до алкоголю дріжджі. Сучасні технології дозволяють виробляти дуже міцні сорти пива. Наприклад, у США компанія «Boston Beer» випускає пиво «Samuel Adams Utopias» міцністю 27%. В деяких штатах Америки його вже заборонили продавати як пиво.

В Німеччині розпочали випуск пива міцністю 43 градуси. Формально це дійсно пиво, оскільки при його виробництві використовують тільки ячмінний солод, хміль і воду. Проте зварене звичайне пиво 15 разів піддають заморожуванню, причому замерзає вода, кристали льоду відфільтровують, а спирт концентрується. В результаті, з 350 літрів пива отримують 35 літрів міцного напою, який розливають у пляшки об'ємом 350 мл і вартістю 100 євро.

В 2017 р. шотландська компанія «Brewmeister» побила власний рекорд 2012 р. (пиво «Armageddon» міцністю 65%), створивши «Snake Venom» міцністю 67,5%.

### **За складом вихідної сировини**

За європейськими традиціями основною сировиною для виробництва пива вважають ячмінь. В деяких сортах пива ячмінний солод частково замінюють на інші зернові (солод чи непророщене зерно). Так, пшеничне пиво варять із додаванням пшеничного солоду чи пшениці (до 50%). На основі інших злакових культур може бути зварене: житнє, рисове (повністю з рису готують японське саке), кукурудзяне (мексиканське тесгуіно, японське хаппосю) пиво.

Відомі також напої, виготовлені за пивоварними технологіями, але повністю не на основі злаків (бананове пиво, на основі молока (білк), трав'яне пиво (грюйт), картопляне, овочеve чи фруктове). Хоча з традиційної європейської точки зору їх важко визнати класичним пивом.

Іноді у житку застосовують такі поняття:

- **гібридні сорти**, приготування яких пов'язане із комбінуванням інгредієнтів і технологій, притаманних різним типам пива;
- **особливі сорти** — як правило, до цієї категорії відносять незвичайні за складом сорти пива, а також із різноманітними додатками чи близькі до пива напої на основі бродіння, наприклад кореневе пиво.

### **18.5. Традиції, культура споживання, користь і шкода пива**

Вживання пива в різних країнах має різні традиції. Класично, **культура споживання пива** — це вибір улюбленого сорту пива, правильна температура напою (пиво не може бути надто теплим чи холодним, відчуття його можна тільки за середньої температури 12°). Також це — гарний посуд (кухоль, келих, гальба) із «шапочкою» для піни. Справжнього шанувальника тішить все — зовнішній вигляд, внутрішнє наповнення, щоб бульбашки «стрибали» в золотистому напої, була присутня грайливість тощо. Сприйняття пива, як частини способу життя, певного оточення і задоволення від цього напою, хороший сервіс — усе це і становить пивну культуру.

В Європі пиво — несезонний продукт, немає значної різниці між літніми та зимовими місяцями, максимум в межах 20-30%. В інших країнах ця різниця може досягати 200-300%, якщо порівнювати січень із червнем. Для підтримання попиту на певному рівні пропонують т.зв. «зимові» сорти пива.

Готують і міксовані сорти (пивні коктейлі) — пиво разом з іншими напоями (подобаються жінкам). Виробляють навіть пивне морозиво.

В розумних межах пиво вважають **корисним** продуктом:

- помірне вживання пива, ймовірно, зменшує токсичний ефект алюмінію, що є однією з причин розвитку хвороби Альцгеймера;



- пиво має нижчу калорійність (42 ккал/100г), ніж яблучний сік, фруктові напої, куди додають цукор;
  - ефект попередження ішемічної хвороби серця у поміркованих споживачів пива вищий, ніж у випадку з іншими типами алкоголю, що пояснюється високим вмістом антиоксидантів (вдвічі більше, ніж у білому вині), вітамінів та мікроелементів;
  - дослідження підтверджують здатність естрогеноподібних сполук хмелю попереджати появу деяких видів раку і зменшувати ймовірність захворювання на цукровий діабет;
  - пиво багате на вітаміни B<sub>2</sub>, B<sub>6</sub> і B<sub>12</sub>. Високий вміст кремнію позитивно впливає на кісткові тканини;
  - пиво є цінним джерелом розчинної клітковини, тому рекомендовані дози споживання пива можуть забезпечити до 30% потреб організму в ній;
  - деякі дані свідчать про негативний вплив пива на бактерію *Helicobacter Pylori*, яка часто призводить до виразки та раку шлунка.
- Вживання пива, як і інших алкогольних напоїв, у надмірних кількостях завдає шкоди людському організму.

### 18.6. Правила подавання і споживання пива

Найкращий посуд для пива – це пінта, заокруглена по краях – завдяки цьому бульбашки швидше зникають. Бажано не подавати пиво в пластиковому посуді і пити його через соломинку. Склянки повинні бути ідеально чистими, бо навіть невелика кількість жиру або миючого засобу на склі швидше прибере піну. Перш, ніж пиво буде в склянці або кружці, посудину слід злегка зволожити – сухе скло прискорює виділення в пиві вуглекислого газу.

	<p>Келихи призначені для пшеничного пива.</p>
	<p>Для пива типу «Пільзнер» і «Лагер».</p>

	<p>В основному для пива типу «Ель» (звужується вниз).</p>
	<p>Келихи призначені для <i>міцного пива</i>, такого як: barleywine-style ales. Широкий верх дозволяє крутити пивом і насолоджуватися ароматом.</p>
	<p>Традиційна форма, призначена для <i>бельгійського пива</i>.</p>
	<p>Важкі міцні келихи із ручкою призначені для більшості <i>елів</i>. Мають різні розміри і форми.</p>

Пиво потрібно наливати повільно в холодну, нахилену навскіс відповідну ємкість, наповнюючи до 2/3 від її об'єму. Потім обережно нахилиють пивний куваль до вертикальної позиції і доповнюють вміст, стежачи за тим, щоб на краю залишалася піна.

*Чим молодше пиво, тим воно краще*, тому запасатися великою кількістю немає сенсу. Винятком є портер або стаут, оскільки воно дозріває в пляшках, з часом поліпшуючи свої смакові якості й аромат. При зберіганні пива одним із найважливіших факторів, що впливають на його якість, є *температура*. Варто пам'ятати, що пиво найкраще смакує охолодженим. Пиво зазвичай подається за температури 8-16°C. Чим вища щільність і міцність пива, тим вища температура подачі. У разі дуже низької або дуже високої температури пиво втрачає свій смак і властивий аромат, негативно впливає на викид вуглекислого газу (бульбашок). Не можна використовувати кубики льоду для охолодження пива, бо це пришвидшує процес виділення газу і псує смак напою.

Усе пиво прийнято подавати з шапочкою з білої піни – винятком є англійський ель і деяке спеціальне пиво, яке за виробничими технологіями майже позбавлене розчиненого вуглекислого газу. В інших випадках кружка повинна мати таку висоту, щоб в ній вмістився весь об'єм пляшки разом із піною. Це важливо, оскільки піна створює захисний шар – захищає пиво від контакту з киснем і зберігає довше

аромат. Висока піна, яка тримається не менше 4 хвилин і після кожного ковтка залишає на стінці келиха «пивне мереживо», – ознака справді якісного напою.

Традиційно вважається, що легке світле пиво найкраще п'ється влітку, а темне (воно має більшу густину і насиченість) – взимку. Крім того, темне пиво – вечірній напій. Не рекомендується пити одночасно темні і світлі сорти.

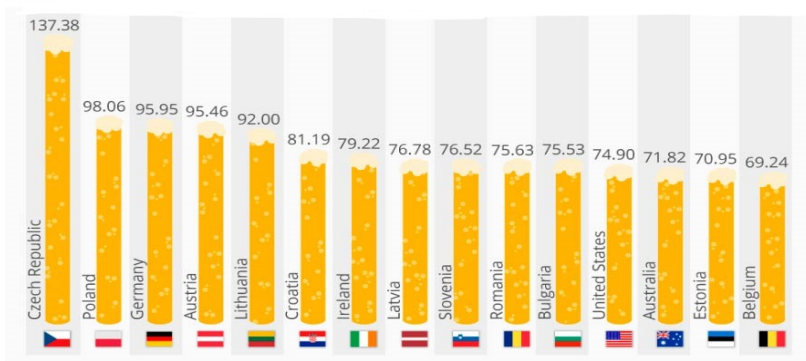
До світлого пива добре смакують раки, креветки, сир, чіпси, крекери, горішки. Темні сорти «полюбують» рибні та м'ясні салати, гарячі страви. А такі екзотичні для України, як ель чи фруктове пиво, краще взагалі вживати без закуски.

### 18.7. Споживання пива у світі та в Україні

Найбільшими шанувальниками пива у світі є чехи, що за обсягом середнього споживання пива на душу населення значно випереджають усіх інших. За ними щільною групою йдуть поляки, німці, австрійці та литовці. Фактично, це усі так чи інакше близькі до чехів народи за історією та кордонами, що разом утворюють такий собі пивний ареал.

Американці, що вважають себе великими пиволюбами, не входять навіть і в десятку, але близькі до середньоєвропейського показника.

Рейтинг країн за споживанням пива на душу населення (2017, в літрах)



А от Україна із 41 літром на душу населення значно відстає. Пік споживання (62 літри) був у 2008 році. З того часу споживання пива, як і обсяги його виробництва в Україні, постійно падали аж до минулого року, коли відбувся невеличкий ріст.

Провідними виробниками пива в Україні є:

**Carlsberg Ukraine** – частина групи Carlsberg Group в Україні (заводи в Києві, Львові та Запоріжжі). Carlsberg лідирує на ринку України з 2009 року, а з 2016 став лідером за обсягами виробництва. В 2017 році частка компанії на ринку склала 29,6%. Carlsberg містить у своєму портфелі брендів понад 500 різних марок пива: «Балтика», «Львівське», «Carlsberg», «Doms», «Kronenbourg», «Tuborg» та ін.

**SAN InBEV Ukraine** та **Anadolu Efes Ukraine** – частина корпорації AB InBev, чий завод розташований в Чернігові, Харкові й Миколаєві. Компанія виробляє 7 із 10 найпопулярніших пивних брендів у світі. Пивне портфоліо компанії складається з міжнародних і українських брендів («Чернігівське», «Рогань», «Янтар», «Жигулівське Оригінальне», «Хмелевус»). Після інтеграції з **Efes** в 2019 р. до портфоліо додалися «Miller Genuine Draft», «Velkopopovický Kozel», «REDD'S», «Efes Pilsener», «Старий Мельник», «Золота Бочка», «Білий Ведмідь», «Сармат», «Жигулівське».

**Obolon** – український виробник пива з 1980 року. Основна пивоварня розташована в Києві, крім неї, в Україні працює ще вісім заводів. У компанії є власний завод пивного солоду, який в рік виробляє понад 100 тис. тонн сировини. «Оболонь» експортує не лише пиво, а й солод. Виробник випускає пиво під шістьма брендами: «Оболонь», «Obolon BeerMix», «Магнат», «Nike Premium Beer», «Zibert», «Десант».

**Oasis CIS** – міжнародний холдинг з заводами в Росії, Казахстані, Україні та Білорусі (завод із виробництва соків). 30% акцій належать Європейському банку реконструкції та розвитку, а також німецькому пивному концерну «Oettinger». В Україні холдингу належать компанія «Перша приватна броварня» і ПБК «Радомишль». Загальний обсяг виробництва становить 2,3 млн гл пива щорічно. Серед відомих брендів: «Stare misto», «Бочкове», «Закарпатське оригінальне», «Свіжий розлив», «Пшеничне Еталон», «Classic Pilsen Beer».

**Крафтове пиво** виділяється великим діапазоном незвичайних смаків і якісними рецептами. Такий напій коштує в 1,5-2 рази дорожче, ніж пиво від промислових гігантів, через інгредієнти і технологію виробництва. Тому пивоварні ставлять наголос на незвичайності, якості продукту. Частина просування – регулярні пивні дегустації в містах.

**VARVAR** – київська пивоварня бізнесмена Василя Мікуліна, відкрита в 2015 році. Нині компанія – лідер українського крафтового пива. Сорти пива: Golden Ale, Milk Stout, Hoppy Lager, Equinox. Пивовар випускає

експериментальні сорти, такі як Varyat, Captain Salt, Let It Snow.

Є й інші відомі підприємства, що виробляють крафтове пиво в Україні. Нижче наведені пивоварні, визнані кращими в країні:

1. *Temp piva «Правда»* (Львів) – відомий політичним пивом «Putin Huilo».

2. *«Collider»* (Київ) проводить постійні експерименти, наприклад, робить гарбузове пиво.

3. *«Цупа»* (с. Кваси на Закарпатті) визнана кращою крафтовою пивоварнею на думку «Rate Beer Best».

4. *«Bierwelle»* (Чернігів) виробляє нестандартні смаки, наприклад, пиво з конопель і кропиви. Краща марка - «Червоний ель».

5. *«White Rabbit»* (Кривий Пір) відома тим, що кожна нова серія пива вариться за новими рецептами, які щоразу видають різний результат.

6. *Andrii's Craft Brewery* (Київ) варить не тільки традиційні американські і бельгійські сорти пива, але й експериментує: виробляє кавовий браун ель або золотий ель з медом і кукурудзою.

7. *K&F Brewery* (Запоріжжя) утворена в 2014 році, і сьогодні відома незвичайними сортами пива. Наприклад, «Sex with Mermaid» поєднує зерна кави з ягодами.

В Україні частка крафтового пива у всьому ринку пива складає близько 1%. Мода на вживання пива, звареного в маленьких броварнях, прийшла до нас із США, де на даний час воно займає біля 25% ринку.

### **Запитання та завдання для самоперевірки**

1. *Дайте визначення поняття «пива» та розкрийте особливості походження цього терміна.*

2. *Назвіть основні складові пива та їхній вплив на якість пива.*

3. *Розкажіть про історію виробництва пива в різних регіонах світу. Охарактеризуйте етапи пивоваріння в Україні.*

4. *Назвіть та охарактеризуйте основні етапи виробництва пива. Які види солоду використовують у пивоварінні?*

5. *Які види тари використовують для розливу пива? Назвіть їхні плюси та мінуси.*

6. *Назвіть критерії класифікації пива. Які види пива виділяють за способом бродіння?*

7. *Охарактеризуйте сорти «лагеру».*

8. *Дайте визначення елю та назвіть його основні сорти.*

9. *Як розрізняють пиво за кольором? Які системи для визначення кольору пива використовуються у світовій практиці?*

10. *Що таке «щільність» і «міцність» пива? Назвіть види пива за цією ознакою.*

11. *Які види пива виділяють за складом вихідної сировини?*



10. За часів якого князя Київського пивоваріння було звичним процесом, а пиво – одним із улюблених напоїв?  
 а) Володимира Великого; б) Володимира Мономаха;  
 в) Ярослава Мудрого; г) князя Святослава.
11. Перша згадка про пивоваріння на Русі, яку прийнято вважати умовно «офіційною» міститься у \_\_\_\_\_.  
 а) «Руській правді»; б) Іпатіївському літописі;  
 в) «Повісті минулих літ»; г) «Слові о полку Ігоревім».
12. Станом на \_\_\_\_\_ Україну цілком можна було назвати «пивною країною».  
 а) поч. XV ст.; б) кін. XVII ст.; в) XIV ст.; г) поч. XX ст.
13. Французький хімік \_\_\_\_\_ відкрив мікробіологічні організми, які використовують у пивоварінні й досі.  
 а) Д. Менделєєв; б) Ц. Рітц; в) Луї Пастер; г) О. Ескоф'є.
14. На якому етапі до неохмеленого сусла додають хміль та інші інгредієнти і варять в котлі 1-2 год.?  
 а) затирання солоду; б) фільтрації;  
 в) кип'ятіння сусла; г) ферментації.
15. Показником закінчення процесу бродіння є ...  
 а) відсутність піни на поверхні сусла; б) охолодження танка;  
 в) припинення виділення газів; г) нагрівання танка.
16. Для виробництва пива верхового бродіння підтримують температуру \_\_\_\_\_.  
 а) 6-9°C; б) 10-15°C; в) 15-20°C; г) 100°C.
17. Яке пиво вважається стабільнішим і може зберігатися до 2-х тижнів?  
 а) «зелене» пиво; б) нефільтроване; в) фільтроване.
18. Нагрівання пива до температури 68-72°C називається \_\_\_\_\_.  
 а) пастеризацією; б) ферментацією; в) фільтрацією.
19. Скляні пляшки для пива зазвичай виробляють з темно-зеленого або коричневого скла; це зумовлено тим, що \_\_\_\_\_.  
 а) такі пляшки краще продаються;  
 б) мають кращий дизайн з точки зору маркетингу;  
 в) під впливом світла пиво змінює свої якісні характеристики;  
 г) легше розпізнати серед інших напоїв.
20. Термін зберігання пива в ПЕТ-пляшці \_\_\_\_\_.  
 а) довший, ніж у скляній; б) коротший, ніж у скляній;  
 в) не має часових обмежень; г) становить 1 місяць.
21. Бочечка з нержавіючої сталі, зазвичай ємністю від 5 до 100 літрів, що використовується для пива, називається \_\_\_\_\_.  
 а) каністрою; б) цистерною; в) кегом; г) танком.
22. Пиво низового бродіння має загальну назву \_\_\_\_\_.  
 а) лагер; б) ель; в) портер; г) стаут; д) пільзнер.

23. Вид пива, який виробляють верховим бродінням, із тонким фруктовим присмаком і високим вмістом спирту, це – \_\_\_\_\_.  
а) лагер; б) ель; в) портер; г) стаут; д) пільзнер.
24. Концентрація сухих речовин у первинному суслі, яку вимірюють перед ферментацією; вона вказується у % або градусах Балінга, називається ...  
а) щільністю пива; б) міцністю пива; в) концентрацією пива.
25. Темні сорти пива мають щільність \_\_\_\_\_.  
а) до 5%; б) 11-13%; в) 12-20%; г) понад 20%.
26. Відсоткова кількість спирту в готовому продукті називається \_\_\_\_\_.  
а) алкогольністю; б) міцністю; в) щільністю; г) густиною.
27. Для більшості видів пива вміст алкоголю коливається в межах \_\_\_\_\_.  
а) 6-10%; б) менше 0,5%; в) 3-5,5%; г) більше 10%.
28. Найміцніше пиво, виготовлене в 2017 р. шотландською компанією «Brewmeister», мало міцність \_\_\_\_\_.  
а) 25%; б) 45%; в) 55%; г) 65%; д) 67,5%.
29. Найбільше пива на душу населення за рік споживають у \_\_\_\_\_.  
а) Австрії; б) Німеччині; в) Чехії; г) Польщі.
30. Пиво, що виробляється на приватних броварнях в обмеженій кількості за оригінальними рецептами, називається \_\_\_\_\_.  
а) оригінальним; б) екстраординарним; в) крафтовим.

## **ТЕМА 19. БЕЗАЛКОГОЛЬНІ НАПОЇ: ВИДИ, ОСОБЛИВОСТІ ПРИГОТУВАННЯ ТА ПОДАВАННЯ**

- 19.1. Поняття про безалкогольні напої та їх різновиди.  
19.2. Мінеральні води: класифікація, рекомендації до вживання.  
19.3. Фруктово-ягідні напої: види, особливості виробництва та рекомендації до споживання.  
19.4. Безалкогольні напої бродіння.

### **19.1. Поняття про безалкогольні напої та їх різновиди**

**Безалкогольні напої** – напої, які не містять алкоголю. Ця група об'єднує різноманітні за сировиною, складом, властивостями і технологією отримання напої, які втамовують спрагу і надають освіжаючу дію. До безалкогольних напоїв відносять мінеральні води, фруктові-ягідні безалкогольні напої і кваси. Вони мають певну харчову цінність, яку їм додають цукристі речовини; біологічну – вітаміни, мінеральні речовини; освіжаючу дію – вуглекислота і органічні кислоти, що додаються або утворюються в процесі приготування напоїв. Багато безалкогольних напоїв володіють профілактичною або лікувальною дією.



Зазвичай безалкогольні напої складаються з води, підсолоджувача (цукру, глюкозно-фруктозного сиропу чи ін. – для дієтичних напоїв) і ароматизатора. Також вони можуть містити кофеїн, сік та інші компоненти. Незначна частка алкоголю може бути в безалкогольних напоях, проте вона не повинна перевищувати 0,5% від загального об'єму.

Як правило, безалкогольні напої подаються охолодженими або кімнатної температури. Дуже рідко вони подаються теплими.

Безалкогольні напої можна поділити на такі **види**:

- негазовані (соки, морси, компоти, узвари);
- газовані (лимонади, тоніки, квас, енергетичні напої, прохолоджуючі напої Coca-Cola, Fanta, Sprite);
- молочні напої (молоко, кисле молоко, кефір, йогурт, ряжанка, айран, ацидофілін тощо);
- гарячі напої (чай, кава, какао, каркаде, гаряче молоко).

## **19.2. Мінеральні води: класифікація, рекомендації до вживання**

**Мінеральні води** – це підземні (іноді поверхневі) води з підвищеним вмістом хімічних елементів і сполук, а також газів, із специфічними фізико-хімічними властивостями (температурою, радіоактивністю тощо), які мають цілющий вплив на організм людини. Хімічний склад і закономірності поширення мінеральних вод зумовлені особливостями геологічної будови, рельєфу, клімату і гідрології певних ділянок.

Межею прісних і мінеральних вод вважають **мінералізацію**. Мінеральні води часто мають цілющі властивості. Зловживання мінеральною водою, особливо для хворих, може призвести до важких наслідків для здоров'я, тому вживати її бажано тільки за рекомендацією лікаря та в обумовлених ним кількостях.

За своєю природою вони можуть бути природні (природні) і штучні; негазовані і газовані (природно або штучно).

**За мінералізацією** вирізняють мінеральні води:

- слабкомінералізовані (1-2‰),
- малої мінералізації (2-5‰),
- середньої мінералізації (5-15‰),
- високої мінералізації (15-30‰),
- розсольні (35-150‰),
- міцнорозсольні (150‰ і більше).

**За іонним складом** мінеральні води поділяються на хлоридні ( $\text{Cl}^-$ ), гідрокарбонатні ( $\text{HCO}_3^-$ ), сульфатні ( $\text{SO}_4^{2-}$ ), натрієві ( $\text{Na}^+$ ), кальцієві ( $\text{Ca}^{2+}$ ), магнієві ( $\text{Mg}^{2+}$ ) тощо.

**За газовим складом і специфічними елементами** вирізняють: вуглекислі, сульфідні (сірководневі), азотні, бромисті, йодисті, залістисті, кремнієві, радонові та інші, без специфічних компонентів та ін.

**За температурою мінеральні води** поділяються на холодні (до 20°C), теплі або субтермальні (20-37°C), термальні (37-42°C) і гіпертермальні (понад 42°C) води.

**За ступенем концентрації мінеральних солей** природні мінеральні води діляться на: столові; лікувально-столові та лікувальні.

*Столова мінеральна* (натуральна) вода придатна для щоденного застосування. Вміст солей в ній не перевищує 1 грама на літр води. Як правило, вона м'яка, приємна на смак, без стороннього запаху і присмаку. Не випадково на її основі виготовляються прохолодні напої.

*Лікувально-столова* може містити від 1 до 10 грамів солей на літр води. Цінність лікувально-столових мінеральних вод полягає в їхній багатофункціональності: їх можна вживати як столовий напій і систематично – для лікування. До цього виду вод в Україні відносять Миргородську, Трускавецьку, Моршинську, Свалявську.

*Лікувальна* – найбільш насичені за сольовим складом мінеральні води (Арзні, Боржомі) з мінералізацією понад 10 г/дм<sup>3</sup>, або води з підвищеним вмістом активних мікроелементів, наприклад, миш'яку або бору. Її потрібно пити суворо за рекомендацією лікаря.

*Штучні мінеральні води* – це води, виготовлені з чистої питної води, сумішей солей і насичені діоксидом вуглецю. Асортимент – «Содова» і «Сельтерська». До «Содової» входять питна сода (0,2-0,25%) і кухонна сіль (0,1-0,15%), а до «Сельтерської», окрім соди і солі, додають хлористий магній (0,001-0,0015%) і хлористий кальцій (0,1-0,15%). Завдяки солоному присмаку ці води добре угамовують спрагу. Їх розливають в пляшки і зберігають в горизонтальному положенні в затемнених приміщеннях при температурі 2-12°C до 15 діб.

За ступенем насичення двоокисом вуглецю розділяють на типи: *сильногазовані* (більше 0,4%), *середньогазовані* (0,3-0,4%), *слабогазовані* (0,2-0,3%), *негазовані*.

Мінеральні води зберігають в горизонтальному положенні в затемнених приміщеннях при температурі 5-12°C. Гарантійний термін зберігання мінеральних вод встановлюється з дня їх розливу: 4 місяці – для залістистих вод; 12 місяців – для решти.

### 19.3. Фруктово-ягідні напої: види, особливості виробництва та рекомендації до споживання

Фруктово-ягідні безалкогольні напої готують з фруктово-ягідної сировини і поділяють на *негазовані* і *газовані*. Перші – об'єднують фруктово-ягідні соки, сиропи, екстракти, морси, холодні, гарячі сухі напої.

**Фруктово-ягідні соки** мають високу харчову цінність, містять цукор, розчинні білки, амінокислоти, органічні кислоти, вітаміни, мінеральні солі, пектинові, дубильні, фарбувальні, ароматичні речовини. Соки **за сировиною**, з якої їх отримують, поділяють на *фруктові* (яблучний, вишневий, полуничний), *овочеві* (морквяний, буряковий, з ревеню, капустяний) і *деревинних* (березовий, кленовий). **За рецептурним складом** вони можуть бути натуральними, зокрема марочними, і купажованими. Виділяють соки освітлені, неосвітлені, з м'якоттю, пастеризовані, спиртовані, асептичної консервації, газовані, концентровані, сублімаційної сушки. **За призначенням** соки можуть бути для загального споживання, соки для дитячого і дієтичного харчування, для промислової переробки.

**Залежно від способів виробництва** й обробки плодів найчастіше виробляють такі види сокової продукції:

- **сік прямого віджиму** – сік, вироблений зі свіжих або збережених свіжими фруктів і/чи овочів шляхом їх механічної обробки;
- **свіжовіджатий сік** – сік прямого віджиму, що вироблений із свіжих або збережених свіжими фруктів і/або овочів у присутності споживачів і не піддавався консервації;
- **відновлений сік** – сік, вироблений із концентрованого соку чи соку прямого віджиму і питної води. Відновлений томатний сік може бути зроблений шляхом відновлення томатної пасти і/або томатного пюре;
- **концентрований сік** – сік, вироблений шляхом фізичного видалення з соку прямого віджиму частини води, що міститься в ньому, з метою збільшення вмісту розчинних сухих речовин не менше, ніж удвічі по відношенню до вихідного соку прямого віджиму. У концентрований сік для створення аромату можуть додаватися концентровані натуральні речовини, вироблені з однойменного соку або фруктів/овочів;
- **дифузійний сік** – сік, вироблений шляхом вилучення з допомогою питної води екстрактивних речовин зі свіжих фруктів і/або овочів, чи висушених фруктів та/або овочів одного виду, сік з яких не може бути отриманий шляхом їх механічної обробки. Дифузійний сік піддають концентруванню, а потім відновленню.

### **Класифікація сокової продукції:**

*Сокова продукція* – це не лише сік; до цієї категорії відносять нектари, морси та соковмісні напої. Всі ці продукти різняться складом і смаковими якостями:

- **100%-вий сік** – це продукт, виготовлений із концентрованого соку і питної води, сік прямого віджиму, або свіжовіджатий сік (готується у присутності покупця);

- **відновлений сік** – напій, виготовлений із концентрованого соку і спеціально підготовленої питної води. 100%-вий і відновлений соки не можуть містити консерванти, штучні ароматизатори і підсолоджувачі;

- **нектар** – напій, виготовлений із концентрованого соку (пюре), спеціально підготовленої води і натуральних ароматичних речовин (аромату плодів). При цьому частка концентрованого соку має становити 20-50% від усього об'єму. Крім води, в нектарі можуть міститися цукор і натуральні підкислювачі (наприклад, лимонна кислота), м'якоть плодів (фруктів і овочів) і клітини цитрусових фруктів. У нектар не можуть додаватися консерванти, штучні ароматизатори й підсолоджувачі. Як правило, нектари роблять із тих плодів, концентрований сік яких неможливо використовувати для приготування 100%-вого соку через занадто солодкий, або кислий смак (наприклад, вишня, смородина, гранат) або через густу консистенцію (наприклад, банани чи персики);

- **соковмісний напій** – суміш концентрованого соку (пюре) і спеціально підготовленої води за умови, що частка концентрованого соку становить не менше 10% (якщо соковмісний напій виготовлений із соку лимона або лайма, то частка концентрованого соку має бути не менше 5%). У лінійці соковмісних напоїв представлено найбільшу кількість напоїв з незвичайними смаками і смаковими поєднаннями (ожина, малина, лайм тощо);

- **морс** – напій, що виготовляється із суміші соку ягід (ягідного пюре), спеціально підготовленої води, цукру (або меду) за умови, що мінімальна частка концентрованого соку складає не менше 15% від загального об'єму. Замість води в морсах допустиме використання водного екстракту вичавок тих ягід, з яких вироблені соки або пюре.

**Натуральні соки** готують з одного виду сировини. Вони бувають освітлені (прозорі) і неосвітлені. До них відносять: яблучний, вишневий. Серед натуральних соків можна виділити сортові, або марочні, наприклад, сік яблучний з Антонівки, виноградний з сорту Шасла та ін.

*Натуральні соки* за якістю виробляють вищого і 1-го сортів. Вони повинні мати натуральний, добре виражений смак і запах, властиві використаній сировині, колір – притаманний плодам, з яких він виготовлений. У світлих соках допускаються темніші відтінки. Освітлені натуральні соки повинні бути прозорими, незначний осад може бути тільки в 1-му сорті. Для неосвітлених соків прозорість необов'язкова, невеликий осад допускається вже у вищому сорті. Показником якості соків є вміст етилового спирту: у соках вищого сорту його не більше 0,3%, в 1-му – 0,5. Кислотність на сорт соку не впливає, вона індивідуальна тільки по найменуванню.

*Купажні соки* отримують додаванням до основного 35% соку інших видів плодів і ягід. На основі яблучного соку – яблучно-виноградний, яблуко-обліпіха, яблучно-абрикосовий, яблучно-чорничний. Купажування дозволяє поєднати різні за сезоном соки, наприклад, березово-чорносмородиновий, яблучно-березовий. Купажуванням досягається отримання гармонійних за кольором, смаком і ароматом соків. Купажні соки можуть бути з цукром, з м'якоттю і цукром або натуральні. Для поліпшення смакових властивостей до соків із цукром вводять 8-15% цукру. При цьому підвищується їх харчова цінність, вміст сухих речовин складає від 13 до 22%.

*Березовий сік* виробляють зі свіжого соку берези з додаванням цукру і лимонної кислоти. Смак його солодко-кислий, колір – блідо-жовтий або безбарвний, прозорість необов'язкова, допускається незначний осад. Для поліпшення смакових і харчових властивостей березового соку його купажують із забарвленими соками, настоюють на м'яті, хвої, звіробії.

*Соки з м'якоттю* (нектари) – це неосвітлені соки, в яких знаходиться подрібнена клітинна тканина сировини. Вони можуть бути плодови і овочеві, натуральні і з цукром. Особливо широкий асортимент соків, які готуються з цукром. Для них протерту сировину гомогенізують з цукровим сиропом. Вміст м'якоти в них становить 30-60%, вона повинна бути рівномірно розподілена. Допускається незначне розшарування і невеликий ущільнений осад на дні банки або пляшки.

*Соки для дитячого харчування* готують тільки вищого сорту з плодово-ягідної і овочевої сировини високої якості. Вони можуть бути натуральні, купажовані з м'якоттю, з м'якоттю і цукром. Соки для дієтичного харчування готують з низькоцукристої сировини з додаванням сорбіту чи ксиліту. Призначені вони для діабетиків

(чорничний сік з ксилітом, сорбітом). При фасуванні соків у споживчу тару використовують теплову обробку. Соки в скляних пляшках, скляних або металевих банках випускаються пастеризованими, що гарантує їх збереження.

*Концентровані соки* — це соки, з яких випаровуванням або виморожуванням видалена частина води. Вміст сухих речовин в них коливається від 44 до 70%. Вони економічні в упаковці, транспортуванні, зберіганні й використанні. Якщо до них додати води в кількості, еквівалентній до початкової, то отримують натуральні соки з повним набором хімічних речовин, характерними кольором, смаком, ароматом. Концентровані соки можуть довго зберігатися без теплової обробки, консервантів, не замерзають при зниженні температури до  $-18^{\circ}\text{C}$ .

**Сиропи** можуть бути натуральними і на харчових ароматичних есенціях. *Натуральним сиропом* вважається плодово-ягідний сік, насичений цукром до концентрації 50-60% (яблучний, вишневий, чорносмородиновий.) Колір, смак і аромат натуральних сиропів повинні відповідати сировині, з якої вони виготовлені. *Сиропи на харчових ароматичних есенціях* готують як водні розчини цукру, ароматичних есенцій, кислот і барвників, які імітують їх під натуральні.

**Екстракти** отримують уваруванням або виморожуванням свіжих або консервованих плодово-ягідних соків до вмісту сухих речовин 44-62%. Використовують їх для промислової переробки, у виробництві безалкогольних, лікєро-горілчаних виробів, в кондитерській, харчоконцентратній промисловості, в кулінарії. Вони повинні мати густу нежелючю однорідну консистенцію, насичене забарвлення, добре виражені смак і аромат, повну розчинність і стандартний вміст сухих речовин.

**Гарячі плодово-ягідні напої** – це водні розчини суміші плодово-ягідних спиртованих соків, цукру, харчових кислот, есенцій, колєру. При реалізації температура їх повинна бути не нижче  $40^{\circ}\text{C}$ . Вони мають всі властивості, притаманні використаній сировині.

**Холодні плодово-ягідні напої** готують купажуванням цукрового сиропу, соків із додаванням лимонної кислоти, ароматичних речовин, есенцій. Напої, розлиті в герметичну тару, пастеризують. Холодні напої з овочів ароматизують ефірним кроповим маслом, до рецептури додають сіль, цукор, аскорбінову і лимонну кислоти.

**Сухі нешипучі напої** готують із цукру, плодово-ягідних екстрактів, ароматичних есенцій, харчових кислот і барвників. Виробляють у вигляді пігулок або порошоків разового вживання, розрахованих на

склянку холодної води.

**Газовані плодово-ягідні напої** насичені вуглекислотою. До них належать газована вода, газовані напої в пляшках і сухі газовані напої. *Газовану воду* з сиропом і без нього реалізують через сатураторну мережу, звичайна питна вода насичена в ній вуглекислотою до вмісту близько 0,4% від маси.

*Газовані напої в пляшках* є розчинами сумішей цукрового сиропу, плодово-ягідних соків, екстрактів, настоїв, вин, есенцій та інших компонентів, насичених вуглекислотою. За рецептурним складом безалкогольні газовані напої в пляшках можна поділити на соковмісні, на ароматизаторах, тонізуючі, спеціального призначення, сухі напої і коктейлі.

*Соковмісні напої* готують із використанням натуральної сировини (соків, сиропів, екстрактів, настоїв). Вони відрізняються повним смаком, гармонійним і природним ароматом, збалансованим співвідношенням кислот і цукру. Їх випускають солодкими (10-12% цукру) і зі зниженим вмістом цукру (6-8%).

*Напої на ароматизаторах* готують із використанням синтетичних ароматичних есенцій, спиртів, харчових кислот, барвників, цукрового сиропу («Крем-сода», «Дюшес», «Барбарис», «Вишневий» та ін.).

*Тонізуючі напої* готують на пряноароматичній сировині. Вони містять речовини, що збуджують, тонізують нервову систему, рекомендовані для вживання дорослим. До цієї групи відносять «Пепсі-кола», «Кока-кола», «Спрайт», «Фанта» та ін. Напої типу «Кола» мають екстракт з листя рослини «кока» і горіхів «кола». Напій «Байкал» є аналогом Пепсі-коли, але до його складу входять настій евкаліпта і лавра благородного.

**Компот** (фр. *compote*) – напій, виготовлений зі свіжих, сушених (узвар), заморожених фруктів і ягід. Компот є традиційним для української кухні (та й для країн всієї Східної Європи) сезонним напоєм. Свіжі фрукти варять у воді з додаванням цукру. Перед поданням на стіл напій охолоджують. Найпопулярніший яблучний компот, інші популярні фрукти для компоту (за порядком досягання): суниця, черешня, вишня, малина, аґрус, абрикоси, сливи, виноград тощо. Компоти можуть бути як з одного виду фруктів (ягід), так і з кількох основних інгредієнтів, а також плодово-ягідними.

Компот із сухофруктів і сушених ягід (сушені яблука і груші, родзинки, плоди шипшини, чорнослив тощо) в Україні прийнято називати **узваром**, що є традиційним напоєм на столі українців, особливо під час зимових свят (традиційний додаток до куті на Святвечір).

Компоти зі свіжозаморожених фруктів і ягід набули популярності в Україні у 2-й пол. XX ст. у зв'язку з винайденням відповідних технологій зберігання їхніх інгредієнтів (в т. ч. і в побутових холодильниках).

#### **19.4. Безалкогольні напої бродіння**

Напої бродіння готують переважно на зерновій сировині, рідше – на плодово-ягідній або суміші зернового і плодово-ягідного сусла. До них відносять кваси, приготовані методом бродіння.

**Квас** – традиційний слов'янський напій, отриманий способом «живого» бродіння. Також його роблять в Литві (лит. *gira*) та Латвії (латис. *Kvass*). Квас виготовляли переважно з житнього борошна або житнього хліба і солоду. Об'ємна частка етилового спирту у квасі становить не більше 1,2%.

Напої бродіння готують зброджуванням сусла з житнього хліба, квасних хлібців, солодової закваски з дріжджів і молочнокислих бактерій. У напої утворюються невелика кількість етилового спирту, молочна кислота і вуглекислий газ, які додають квасові гостроти смаку і освіжаюче діють на організм людини. Кваси газовані темно-зеленого розливу отримують без бродіння купажуванням концентрату хлібного квасу з цукровим сиропом, колером і газованою водою.

Не потрібно плутати квас із напоєм так названої лимонадної технології: на барвниках, ароматизаторах і підсолоджувачах, продукція якої виробниками маркується як «квас» (це – креатив рекламних технологій на основі національних традицій).

Квас – найдавніший і найпоширеніший літній напій, відомий ще з часів Київської Русі. Вже тоді розрізняли кваси черстві (свіжі) та викислі. Від 1056 р. зафіксовано першу згадку про алкогольний напій під назвою «квас», – він вважався найміцнішим трунком, який містив найбільшу кількість сивушних масел. Проте зазначимо, що оскільки у X-XI ст. поняття «пиво» вживалося для означення будь-якого напою, так і поняття «квас» слугувало для означення широкого спектра напоїв, отриманих шляхом бродіння.

Квас дуже корисний, оскільки в ньому містяться вуглеводи, білки, вітаміни групи B, сполуки кальцію, марганцю, фосфору та магнію, які легко засвоюються організмом людини. Хімічний склад квасу визначає його дієтичні і навіть лікувальні властивості. Цей напій тамує спрагу і стимулює секрецію травних залоз, тим самим сприяючи підвищенню апетиту і кращому засвоєнню їжі.

Існують також різновиди квасу, приготовані з садовини й овочів: із щавлю, сунічний, журавлиновий, смородиновий, грушевий, яблучний,



малиновий, буряковий, ревеневий, морквяний.

Подають квас охолодженим у карафах, п'ють зі склянок або кувлів.

До безалкогольних напоїв бродіння, крім класичного хлібного квасу, відносять напій, приготований на основі «чайного гриба» (який ще має назву «комбуча») – напій, отриманий шляхом бродіння солодкого чаю, за допомогою зооглеї (симбіозу оцтовокислих бактерій) із дріжджами.

### **Запитання та завдання для самоперевірки**

1. Дайте визначення терміна «безалкогольні напої». Назвіть основні види безалкогольних напоїв.

2. Розкрийте сутність поняття «мінеральні води». Як вони поділяються залежно від мінералізації?

3. Назвіть критерії, за якими мінеральні води поділяють на різні види.

4. Охарактеризуйте мінеральні води залежно від ступеня концентрації мінеральних солей.

5. Що таке «штучні мінеральні води»? Які типи вод виділяють залежно від ступеня насичення двоокисом вуглецю?

6. Назвіть основні види плодово-ягідних безалкогольних напоїв.

7. Назвіть критерії, за якими класифікують соки. Охарактеризуйте види сокової продукції залежно від способів виробництва.

8. Які види сокової продукції виробляють, окрім соків? Охарактеризуйте їх.

9. Дайте характеристику натуральних соків.

10. Що таке «сиропи» та «екстракти», «гарячі» та «холодні плодово-ягідні напої»?

11. Охарактеризуйте групу газованих плодово-ягідних напоїв.

12. Які безалкогольні напої притаманні українській кухні? Що є сировиною для їх приготування?

13. Дайте характеристику безалкогольних напоїв бродіння.

### **Тести для самоконтролю**

1. Підземні (іноді поверхневі) води з підвищеним вмістом деяких хімічних елементів і сполук, а також газів, із специфічними фізико-хімічними властивостями, називаються \_\_\_\_\_.

а) мінеральними; б) газованими; в) специфічними; г) прісними.

2. Мінеральні води з мінералізацією від 35 до 150‰ називають \_\_\_\_\_.

а) слабомінералізованими; б) середньомінералізованими;  
в) високомінералізованими; г) розсолними.

3. За яким критерієм мінеральні води поділяються на хлоридні, гідрокарбонатні, сульфатні, натрієві, кальцієві, магнієві тощо?

а) за мінералізацією; б) за іонним складом;  
в) за газовим складом; г) за специфічними елементами.

4. За яким критерієм виділяють вуглекислі, сульфідні (сірководневі), азотні, бромисті, йодисті, залізисті, кремнієві та ін. мінеральні води?

а) за газовим складом і специфічними елементами;

- б) за мінералізацією;  
в) за ступенем концентрації мінеральних солей;  
г) за іонним складом.
5. *За яким критерієм природні мінеральні води поділяються на столові, лікувально-столові та лікувальні?*  
а) за газовим складом і специфічними елементами;  
б) за мінералізацією;  
в) за ступенем концентрації мінеральних солей;  
г) за іонним складом.
6. *Яка мінеральна вода містить солей менше 1 г на літр води і придатна для щоденного застосування?*  
а) лікувальна;                      б) лікувально-столова;                      в) столова.
7. *До якого виду вод в Україні відносять Миргородську, Трускавецьку, Моршинську, Свалявську?*  
а) до столових;                      б) до лікувально-столових;                      в) до лікувальних.
8. *До якого типу вод належить мінеральна вода «Боржомі»?*  
а) до лікувальних;                      б) до лікувально-столових;                      в) до столових.
9. *За яким критерієм соки поділяють на плодови, овочеві, деревинні?*  
а) за рецептурним складом;                      б) за сировиною;  
в) за способом виробництва;                      г) за призначенням.
10. *За яким критерієм соки можуть бути натуральними (в т.ч. марочними) і купажованими?*  
а) за рецептурним складом;                      б) за сировиною;  
в) за способом виробництва;                      г) за призначенням.
11. *Сік, вироблений безпосередньо зі свіжих або збережених свіжими фруктів і (або) овочів шляхом їх механічної обробки, – це \_\_\_\_\_.*  
а) сік прямого віджиму;                      б) свіжовіджятий сік;  
в) відновлений сік;                      г) концентрований сік.
12. *Сік, вироблений зі свіжих або збережених свіжими фруктів і (або) овочів у присутності споживачів, який не піддавався консервації, – це \_\_\_\_\_.*  
а) сік прямого віджиму;                      б) свіжовіджятий сік;  
в) відновлений сік;                      г) концентрований сік.
13. *Сік, вироблений з концентрованого соку чи соку прямого віджиму і питної води, – це \_\_\_\_\_.*  
а) концентрований сік;                      б) сік прямого віджиму;  
в) відновлений сік;                      г) свіжовіджятий сік.
14. *Сік, вироблений шляхом вилучення з допомогою води екстрактивних речовин зі свіжих або висушених фруктів чи (та) овочів одного виду, сік з яких не можна отримати шляхом механічної обробки, – це \_\_\_\_\_.*  
а) сік прямого віджиму;                      б) свіжовіджятий сік;  
в) відновлений сік;                      г) дифузійний сік.

15. Продукт, виготовлений із концентрованого соку і питної води, сік прямого віджиму чи свіжовіджатий сік відносять до категорії \_\_\_\_\_.  
а) нектар; б) 100%-вий сік; в) відновлений сік; г) морс.
16. Напій, виготовлений із концентрованого соку (пюре), спеціально підготовленої води і натуральних ароматичних речовин (аромату плодів) із часткою концентрованого соку 20-50% від усього об'єму, – це \_\_\_\_\_.  
а) 100%-вий сік; б) відновлений сік; в) нектар; г) соковмісний напій.
17. Суміш концентрованого соку (пюре) і спеціально підготовленої води, за умови, що частка соку становить не менше 10%, – це \_\_\_\_\_.  
а) соковмісний напій; б) відновлений сік; в) нектар; г) сироп.
18. Напій, виготовлений із суміші ягід (ягідного пюре), води, цукру (або меду) за умови, що мінімальна частка концентрованого соку складає не менше 15% від загального об'єму, – це \_\_\_\_\_.  
а) соковмісний напій; б) відновлений сік; в) морс; г) нектар.
19. Які соки готують з одного виду сировини?  
а) купажні; б) натуральні; в) соки з м'якоттю; г) свіжовіджаті.
20. Натуральні соки, виготовлені з конкретного сорту фруктів або ягід, називаються \_\_\_\_\_.  
а) марочними; б) ординарними; в) купажованими; г) еталонними.
21. Соки, отримані додаванням до основного 35% соку інших видів плодів і ягід, називаються \_\_\_\_\_.  
а) соковмісними; б) купажованими; в) марочними; г) звичайними.
22. Соки, з яких випаровуванням або виморожуванням видалена частина води, – це \_\_\_\_\_.  
а) концентровані; б) виморожені; в) випарені; г) виварені.
23. Фруктово-ягідний сік, насичений цукром до концентрації 50-60%, називають...  
а) концентрованим; б) натуральним сиропом; в) нектаром.
24. Продукт, отриманий уварюванням чи виморожуванням свіжих або консервованих фруктових соків до вмісту сухих речовин 44-62%, називають \_\_\_\_\_.  
а) концентратом; б) сиропом; в) нектаром; г) екстрактом.
25. Водні розчини суміші фруктових спиртованих соків, цукру, харчових кислот, есенцій, колеру, які подаються при  $t^{\circ}$  не нижче  $40^{\circ}\text{C}$ , – це \_\_\_\_\_.  
а) холодні фруктові напої; б) гарячі фруктові напої;  
в) газовані фруктові напої; г) концентровані напої.
26. Напої «Крем-сода», «Дюшес», «Барбарис», «Ситро» та ін., відносять до категорії \_\_\_\_\_ напоїв.  
а) на ароматизаторах; б) солодких; в) тонізуючих; г) шкідливих.

27. Напої «Пепсі-кола», «Кока-кола», «Спрайт», «Фанта» належать до групи \_\_\_\_\_ напоїв.  
а) ароматичних; б) солодких; в) тонізуючих; г) шкідливих.
28. Традиційним безалкогольним напоєм української кухні вважають \_\_\_\_\_.  
а) чай; б) компот; в) кисіль; г) глінтвейн.
29. Компот із сухофруктів і сушених ягід в Україні називають \_\_\_\_\_.  
а) квасом; б) пуншем; в) узваром; г) розсоллом.
30. \_\_\_\_\_ відносять до напоїв, приготованих методом бродіння.  
а) компот; б) квас; в) кисіль; г) узвар.

## ТЕМА 20. КАВА І ЧАЙ: ІСТОРІЯ ПОШИРЕННЯ, РІЗНОВИДИ, ОСОБЛИВОСТІ ПРИГОТУВАННЯ

### 20.1. Кава.

- 20.1.1. Поняття та етимологія терміна «кава».
- 20.1.2. Історія винайдення і поширення кави.
- 20.1.3. Види кави та регіони її вирощування.
- 20.1.4. Обсмажування кави: технологія, види і способи.
- 20.1.5. Кавові напої та їх різновиди.

### 20.2. Чай.

- 20.2.1. Поняття та походження терміна «чай», історія поширення.
- 20.2.2. Виготовлення чаю.
- 20.2.3. Класифікація чаю: критерії, види, сорти.
- 20.2.4. Особливості приготування чаю.
- 20.2.5. Способи подавання чаю.

## 20.1. Кава

### 20.1.1. Поняття та етимологія терміна «кава»

**Кава** – напій, що виготовляється зі смаженого насіння плодів (бобів) кавового дерева. Найбільше цінується за виражену збудорливу дію, завдяки вмісту кофеїну та теоброміну. Кава культивується з давніх часів і посідає важливе місце в гастрономічних традиціях багатьох країн світу. За деякими оцінками, кавовий напій є другим за обсягами споживання у світі після води (за іншими – третім після води і чаю).

Українське слово «кава» походить від турецького *kahve*, можливо, через польське посередництво (*kawa*). До турецької це слово потрапило з арабської (*kaḡwa*), походження якого остаточно не з'ясоване.

За однією із версій, воно виводиться від арабського слова, яке означає «не відчувати голоду», що пов'язують зі здатністю напою створювати ілюзію ситості. Інша версія трактує його як «сила», «наснага», тобто «напій, що надає сил».

Поширена етимологія, яка виводить назву напою від слова «Каффа» — назви держави на території сучасної Ефіопії (втім, існує навіть версія, яка виводить назву країни від назви напою). Проте достатніх підстав вона не має.

Третя версія пов'язує «кагва» з семітським коренем *qhh* («темний колір»), тлумачачи його як «темний напій».

Від османського слова походять назви кави у більшості європейських мов (англ. *coffee*, нім. *Kaffee*, фр. *café*, гол. *koffie*), а також українське «кафе».

### **20.1.2. Історія винайдення і поширення кави**

Існує багато легенд і версій відкриття людьми кави як напою, але майже всі вони називають батьківщиною кави Ефіопію. Тонізуючі властивості плодів кавового дерева були відомі ще з VI сторіччя. Першими на них звернули увагу племена галла (оромо), які робили з кавових ягід і тваринного жиру кульки, брали їх із собою, щоб підтримувати сили в далеких походах. Досить рано кавові ягоди (під назвою «бун») стали відомі й арабам, які жили в Ємені.

З науковців першим їх описав перський лікар та алхімік, відомий в Європі під іменем Разес. Хусейн ібн Сіна, більше знаний як Авіценна, розповідав про властивості напою з кавових ягід, який він називав «бунхум». Проте напій із кавових зерен – власне кава – був невідомий аж до XV сторіччя.

Збереглося кілька **легенд** про походження кави. Однією з найпоширеніших є розповідь про кмітливого пастуха Калді, чії кози, поївши листя кавового дерева, стрибали немов навіжені. Більш реалістична версія називає винахідником кави суфія Омара з еменського міста Моха (на честь якого названий сорт кави «мокко»). Змушений ховатися від заздрісників, він залишився без їжі, маючи лише кавові зерна, і вирішив зварити з них напій, смак якого йому настільки сподобався, що він пригостив ним перехожих прочан, а вже ті рознесли рецепт до інших міст і країн.

Споживання кави швидко поширювалося арабським світом. У Мецці в 1511 р. його намагалися заборонити, проте наказ відразу скасували. Такою ж безуспішною і недовгою була заборона на вживання кави османськими султанами.

Першим європейцем, що познайомився з напоєм, «чорним, як чорнило», став німецький ботанік Леонард Раувольф під час своєї мандрівки до Сирії; своїми враженнями він поділився у книжці, виданій у Франкфурті у 1582 р.

Спочатку каву використовували як ліки, засіб від найрізноманітніших хвороб – від шлункових колік до істерії. Пити напій із кавових зерен першими з європейців призвичаїлися моряки кораблів, що перевозили вантажі мусульманськими країнами. Згодом звички досвідчених «морських вовків» поширилися й на їхній батьківщині разом із засобами для приготування кави.

А перша в Європі кав'ярня відкрилася лише в 1632 році в італійському Ліворно. Перший заклад такого типу в Лондоні відкрив грек у 1652 р., який під назвою «Віргонія» зберігся й досі. Англійцям дуже сподобалась кави, і в 1715 у Лондоні вже працювало понад 3 тис. кав'ярень. Вони стали своєрідними громадськими установами: чоловіки різних професій або політичних партій відвідували певні кав'ярні, де дізнавалися останні новини (тоді газет не було), обговорювали питання політики, літератури, мистецтва. Там давали поради лікарі, адвокати, укладалися торговельні угоди. Жінки до кав'ярень не ходили.

Проти «турецького напою» висловлювалися численні лікарі, які називали вживання кави «жахливою пристрастю й тиранічною звичкою», стверджуючи, що кави скорочує життя.

На території сучасної **України** каву пили з XVI ст., саме тоді до напою призвичаїлися мешканці Кимського ханства і залежних від Османської імперії причорноморських територій. Знайома кави була й козакам, чимало з яких відвідували османські володіння, або перебували в кримському або османському полоні. Швидше за все саме в полоні до кави призвичаївся і Б. Хмельницький – перший із українців, про чие захоплення кавою було відомо з письмових джерел.

У 1672 р. султан Мехмед IV захопив Поділля. Кам'янець зробили столицею приєднаних османцями земель, тож життя облаштували на турецький лад, зокрема започаткувавши вживання кави і заснувавши перші кав'ярні.

У Києві каву скуштували не пізніше 1679 року, коли до міста для будівництва фортечних укріплень прибули шотландські військові на чолі з *Патріком Гордоном*, відомим своєю пристрастю до цього напою. Каву подавали на вечірках-асамблеях, які він влаштовував. Щоправда, її гіркий смак не сприяв популярності напою серед киян.

З часом каву дедалі охочіше вживала козацька старшина. Вважають, що любителем цього напою був Іван Мазепа, у Батурині зберігається металева філіжанка, що, як вважають, належала йому. Каву згадують у своїх щоденниках Пилип Орлик (він називав напій

«каффа») і генеральний підскарбій Гетьманщини Андрій Маркович (він надавав перевагу назві «кагве»).

До середини XVIII ст. кавники стали звичними у списках приватних речей української старшини та офіцерів.

Зміну ставлення до кави пов'язують із облогою Відня у 1683 році, героєм якої став вихідець із Львівщини **Юрій Кульчицький**, якого щедро нагородили віденці за допомогу у знятті облоги з міста, у тому числі 300 мішками кави з османського обозу.

Кульчицький відкрив у подарованому йому будинку кав'ярню «Під синьою пляшкою», де продавав філіжанку кави за крейцер. Досі невідомо, чи була вона у місті першою. Проте його кава спочатку не надто приваблювала віденців, аж поки Кульчицький не здогадався додавати до кави молоко. Це відкриття не лише уславило винахідника, а й перетворило Відень на одну з «кавових столиць» Європи. Кульчицький змінив смак напою, тим самим зробивши його не лише модним, але й справді привабливим – зокрема й для тих, хто раніше просто змушував себе його пити.

Невдовзі вдалося вирішити й проблему з посудом. З відкриттям секрету порцеляни, її почали виготовляти в Європі. У Відні, за переказами, здогадалися робити філіжанки з вушками. Ще однією новинкою стало блюдце – маленька тарілочка, до якої виливали трохи кави, щоб вона швидше охолоджувалася. Згодом блюдце почали використовувати і як підставку для чашки.

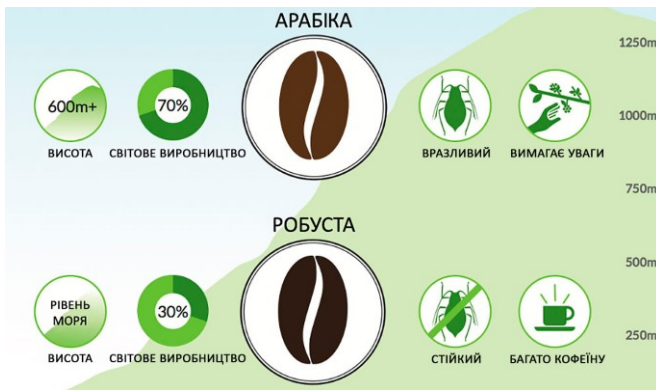
### **20.1.3. Види кави та регіони її вирощування**

Кавові дерева досить важко класифікувати, зважаючи на їх надзвичайну різноманітність. Всього існує близько 80-ти видів кавових дерев – від карликових чагарників до 10-метрових велетнів, серед яких виділяють всього **4 основні види**. З них лише два ботанічні види кавових дерев цікавлять поціновувачів кави – це *Coffea Arabica* (**Арабіка**), т.зв. аравійська кава, і *Coffea Canephora* (**Робуста**), яку іноді називають конголезькою кавою. Інші два різновиди кавового дерева – *Coffea Liberica* (**Ліберіка**), відкрита в Ліберії в 1843 р., і *Coffea Dewevrei*, найбільш відомим підвидом якої є **Ексцельса**. Їм притаманні якості Робусты і цілком прийнятний, хоча і досить посередній смак.

Варто розуміти різницю між поняттями «вид кави» та «сорт кави». Називати Арабіку, Робусту, Ліберіку або Ексцельсу сортом неправильно – це види, чи, точніше, різновиди кавового дерева. У кожного різновиду багато сортів.

**Арабіка** представляє 70% всесвітньої продукції. Має маленькі, плоскі та видовжені плоди мідно-зеленого кольору, з яких отримують повноцінний напій з інтенсивним ароматом і насиченим смаком. *Містить менше кофеїну*, ніж будь-які інші комерційно культивовані види кави.

Батьківщина Арабіки знаходиться в горах Ємену на Аравійському півострові, звідки походить назва, а також на південно-західному нагір'ї Ефіопії і в південно-східному Судані. *Coffea arabica* вважається першим культивованим видом кави, який вирощується в південно-західній Аравії впродовж понад 1000 років. Нині її культивують в Індонезії, Центральній Америці і Східній Африці, Бразилії.



**Найвідоміші різновиди:** «Мока», «Колумбія», «Костаріка», «Гватемала» тощо. Сорт кави, виготовлений на о. Ява, називається «ява» («ява арабіка»), виготовлений у Бразилії – «бразильська арабіка». Бразилія з 1964 р. залишається основним виробником кави. При цьому кава, виготовлена в Південній та Центральній Америці, а також на деяких островах (Гаїті, Санто-Домінго), визнана «м'якою».

**Робуста** – вид кавових зерен із низькою кислотністю, добре вираженим гірким присмаком та міцністю, використовується зазвичай у виробництві розчинної кави, під час приготування еспресо, є також складовою частиною сумішей меленої кави.

Робуста дає більший врожай, має майже подвійну дозу кофеїну та антиоксидантів, зручна у догляді; на відміну від арабіки, робуста стійкіша до захворювань. Напій із зерен робусти міцний та насичений, проте більш гіркий, ніж арабіка, через високий вміст піразину; аромат робусти можна охарактеризувати як земляний.



Близько 30% кави, що вирощується в світі, – робуста. Її культивують переважно у В'єтнамі (понад 40% від загальносвітового виробництва), куди наприкінці XIX ст. потрапили французькі колоністи; вирощують робусту також в Індонезії (15%), Індії (6%), Африці (Уганда, 4,5%) і Бразилії (25% світового виробництва), де вона відома під назвою *conilon*.

Менш розповсюджена **ліберіка** – третій за популярністю у світі вид кави, що характеризується незначним вмістом кофеїну. Родом із Ліберії (західна Африка). Зерна ліберики не такі якісні, як арабіки чи робусти, тож використовуються здебільшого для приготування різних сумішей. Смак кави різкий та гіркий, тому її можуть домішувати до інших сортів, але окремий напій не готують.

#### **20.1.4. Обсмажування кави: технологія, види і способи**

Найважливіший етап на довгому шляху перетворення кавових зерен в ароматний напій – **обсмажування кави**. Власне від майстерності обсмажування залежить, наскільки яскраво проявлятимуться смакові й ароматичні характеристики кавових зерен. Експерти запевняють, що немає в природі такого рецепта, який витягне із кавового зерна всі його таємниці і дозволить досягти справжнього абсолюту смаку. Мистецтво обсмажування зерен досягається багаторічним практичним досвідом і нескінченними експериментами.

Обсмажування здійснюється у спеціальній машині – **ростері** (англ. *to roast* – смажити) – печі у вигляді барабана, обертання якого забезпечує інтенсивне перемішування зерен. Розміри машини залежать від виробничих обсягів і можуть істотно відрізнятись. Після закінчення процесу обсмажування зерна охолоджують потоком холодного повітря. Обсмажування зеленої кави – процес тонкий і небезпечний. Якщо перетримати зерно у печі, кава отримає гіркоту через обвуглений цукор і цінність її істотно постраждає.

*При обсмажуванні відбуваються такі процеси:*

- під впливом високої температури кавове зерно втрачає вологу і виростає в розмірах;
- сахароза при обсмажуванні перетворюється в карамелін, що відповідає за коричневий колір зерна;
- кафеоль – ще одна складна речовина, що утворюється під час обсмажування, відповідає за специфічний кавовий аромат;
- на поверхню зерна виходять ефірні олії і змінюється сама його структура.

**Правило двох «хлопків».** «Хлопок» – це спеціальний термін, яким професіонали позначають етапи обсмажування зерен. У перші хвилини зерна, хоча й змінюють колір, але залишаються світло-жовтими, а початковий трав'янистий запах диму змінюється на більш характерний аромат. Його поява супроводжується першим «хлопком» – чітко помітним тріском, що сигналізує про початок активної карамелізації цукрів і вихід назовні ефірних олій. На цьому етапі піч розігрівається до 170°C. Чим довше триває процес обсмажування, тим більше виділення олій і тим ароматнішою буде кава. Найбільш насичений смак і аромат готовому напою дадуть ті зерна, з яких було виділено максимальну кількість ефірних олій. Такий ефект досягається тільки після другого «хлопка», коли колір зерна стає ще темнішим, дим набуває густоти та їдкості, а цукор згорає повністю. Температура досягає 230°C.

Зерна **світлого обсмаження** мають вищу кислотність і різкий смак. **Темне обсмаження** кавових зерен зменшує кількість кофеїну в них і збагачує смак, але перетримані зерна набувають паленого, вугільного присмаку. Унікальність кожного сорту кави потребує індивідуального підходу до його обсмажування, адже різні зерна поведуться по-різному, вимагаючи відмінностей у температурному режимі і тривалості циклів. Щоб домогтися неперевершеного й унікального смаку кави, зерна, взяті на різних етапах обсмаження, комбінують у різних пропорціях і нескінченно дегустують.

#### **Основні способи обсмажування кави**

Обсмажування кави – це справжнє мистецтво, тому чітко прописаних і встановлених нормативів, за якими виділяють ступені обсмаження, просто не існує. Проте є спрощений поділ на **слабке**, **середнє** і **сильне** обсмажування. Але справжні експерти не обмежуються цими трьома варіантами і виділяють значно більшу їхню кількість, враховуючи національні традиції різних країн:

- **легке обсмажування (скандинавське, коричневе, новоанглійське, напівміське)** – найлегше, світле обсмажування (195-205°C) залишає зернам світло-коричневий колір і надає слабо вираженого хлібного аромату. Такий спосіб застосовується лише для нижніх високогірних сортів арабіки екстра-класу. Кава, приготована із зерен легкого обсмажування, даватиме кислинку в смаку і матиме дещо водянисту консистенцію. Для приготування еспресо вона не дуже придатна, а ось із вершками та молоком поєднується чудово;

- **середнє обсмажування (американське, коричневе, середньо-коричневе, регулярне)** – цей ступінь обсмаження досягається відразу

після першого «хлопка», що лунає після досягнення температури нагрівання в 210-220°C. При цьому практично не допускається виділення рослинних олій із зерен. Готова кава матиме характерний смак карамелі з легкою кислинкою, іноді присутні і трав'яні відтінки. Аромат у кави середнього обсмаження яскраво виражений;

- **віденське обсмажування (міське, ділове, світло-французьке)** – про готовність кави віденського обсмаження повідомляє другий «хлопок». Відбувається активне виділення ефірних олій, і на поверхні утворюються плями темно-коричневого кольору. Зерно набуває вже вишуканої гірчинки в смаку, але, оскільки обсмажування ще помірне, зберігаються повністю й солодкуваті відтінки. Для еспресо здебільшого використовують саме цей спосіб обсмажування;

- **сильне обсмажування (французьке, континентальне, новоорлеанське)** – зерна кави піддаються ще активнішому обсмажуванню. Ростер розігрівається до 240°C. Зерна стають темно-коричневими, кольору чорного шоколаду, і виділяють на поверхню значну кількість олії. Гірчинка у смаку кави стає ще відчутнішою. Французьке обсмажування кавових зерен надає готовому напою міцності, насиченості і щільності;

- **іспанське (італійське, кубинське) обсмажування** – найсильніше обсмажування, що потребує неабиякої майстерності. Відбувається за температури 245-250°C, витримати яку, не перетворившись на попіл на смак, можуть не всі сорти кави. Колір зерен практично чорний. Вони стають дуже маслянистими. Кислинка в смаку кави відсутня, проте з'являється аромат карамелі і димні нотки. Такий варіант оптимальний для гурманів, які люблять терпку каву з тривалим післясмаком.

### **20.1.5. Кавові напої та їх різновиди**

За час свого існування кава стала невід'ємною частиною традицій багатьох народів. Так, наприклад у Данії ранок починають ароматним і підбадьорливим еспресо, в Америці завершують обід американо, а в Італії без чашки лате-макіато не уявляють жодної дружньої зустрічі. Кожна назва кавових напоїв приховує особливу історію виникнення та традицію приготування.

Основні **різновиди кави** виокремлюють за способом заварювання або за т.зв. теорією розчинності (в цьому випадку провідну роль відіграє ступінь помелу зерен, а також тривалість перебування кави у воді різної температури). Залежно від способу приготування види кавових напоїв різняться за міцністю і вмістом «твердих речовин».

Основою науки баристи є вміння правильно готувати фільтр-каву, еспресо та каву по-турецьки.

**Еспресо** – у перекладі з італійської означає «зварений під пресом» і пояснює спосіб його приготування – напій з густою кремоподібною пінкою. Складові: кава (темного обсмаження) – 7 г, вода – 35 мл. Вживається у гарячому вигляді, практично, одним ковтком й не пізніше ніж за хвилину після приготування. Це міцний і насичений напій, який не містить додаткових компонентів, крім кави і води. Для надання пікантності смаковим яkostям можна додати трохи цукру.

**Фільтр-кава**, або «**крапельниця**», – цей вид найпопулярніший в Скандинавії й Америці. Готується він у крапельній кавоварці: зерна середнього або грубого помелу засипають у спеціальну лійку-фільтр і обдають гарячою водою. Подають «крапельницю» у великих кухлях об'ємом 200-220 мл.

**Каву по-турецьки** готують із зерен дуже дрібного помелу в турці або джезві. У східних країнах до кави додають спеції (кардамон, корицю та ін.), традиційно варять її на піску або на відкритому вогні. У результаті отримують насичений і міцний напій із пряним ароматом. Подають його в низьких чашках із склянкою чистої води.

#### **Різновиди еспресо:**

- **американо** – найпопулярніший різновид напою (винайшли в Італії після II світової війни), що є традиційним еспресо, розведеним гарячою водою. На 30 мл кави використовують близько 120 мл рідини;
- **лунго** – «довге» еспресо, котре зазнає тривалішого впливу гарячої води. При тій же кількості кави, води додається 50-60 мл. Така кава швидко пропускає воду і напій виходить менш насиченим і з характерною гірчинкою. Однак він містить підвищену дозу кофеїну;
- **допіо/подвійний** еспресо – класичний варіант ароматного напою в подвійній порції;
- **ристрето** – улюблена італійська «швидка» кава, найнасиченіша версія еспресо. Найбільш міцна і гірка кава, найкраще бадьорить. При приготуванні використовують ще менший об'єм води, ніж для еспресо. Зазвичай це 7 г кавових зерен на 15-20 мл води. В ристрето менше кофеїну, ніж в еспресо, оскільки за перші декілька секунд заварювання з кави виділяються ефірні олії, які й надають їй насиченого смаку, а кофеїн надходить пізніше. Порція розрахована на 1-2 ковтка, тому італійці часто п'ють напій, не відходячи від барної стійки;
- **романо** – напій, приготований на базі еспресо. Основна відмінність – додається лимонний сік практично в рівних пропорціях з

готовим еспресо. Подається в маленьких чашках. Для додання пікантності можна прикрасити часточкою лимона.

Значна частина рецептур кавових напоїв передбачає наявність молока та вершків. Їх найбільше люблять в Італії, про що свідчать їхні назви:

✓ **гарячі напої:**

- **капучино** – це збите молоко, молочна пінка й еспресо в рівних пропорціях. У професійних кавомашинах молоко збивається за допомогою тиску пари. Якщо використовувати прозору чашку, то в готовому капучино мають чітко простежуватися три різнокольорові шари. Подається гарячим, порційно по 150 мл;

- **кава лате** – нижній кавовий коктейль з еспресо і молоком у пропорції 1:1. В Італії для його приготування використовують сорт кави «мока». Подається лате в скляних айріш-келихах або в білих чашках;

- **макіато** – «плямка на молоці». Це айріш-келик молока з маленькою порцією кави. Смак макіато м'якший і легший, ніж у капучино. У цьому разі еспресо додається зверху до молока та збитої пінки, й приблизно через хвилину-дві формуються різні шари;

- **мокачино** (моко) – традиційна кава-лате з гарячим шоколадом;

- **кон-панна** – класичне еспресо зі збитими вершками;

- **бреве** – подвійне еспресо зі спіненим молоком і вершками в співвідношенні 2:1:1;

- **флет-вайт** – вигаданий новозеландським баристою напій, який має яскраво виражений смак і ніжний аромат молока. Готується на основі 60 мл еспресо з гарячим спіненим молоком. Вершкова шапка – не більш як півсантиметра;

- **раф** – коктейль із еспресо зі збитими вершками та ванільним сиропом. На основі цього напою була створена російська версія – **медовий раф**, де замість ванільного сиропу використовують мед. У результаті рідина щільної тягучої консистенції набуває приємного медового аромату.

✓ **Холодні напої**

Вважається, що кава завжди гаряча та зігріваюча. Але холодні напої на основі кави користуються не меншим попитом:

- **фредо** – коктейль із еспресо з карамельним сиропом і молоком. Збивається разом з крижаною крихтою;

- **глясе** – охолоджене еспресо або американо, у чашку з яким кладуть кульку вершкового морозива;



- **фрапе** – один із видів густих кавових холодних коктейлів, що складається з кави, морозива, холодного молока, фруктово-ягідного сиропу, дрібної крижаної крихти. Всі компоненти збивають у шейкері чи міксером. Інший варіант – еспreso і подрібнений лід;

- **фрапучино** – холодний кавовий напій, започаткований у світовій мережі кав'ярень Starbucks. Назва «фрапучино» походить від злиття слів «фрапе» і «капучино»;

- **афогато** – порція морозива, залита 30 мл кави.

Існують й екзотичніші види приготування кави. Наприклад, **колд бру** – результат настоювання або «заварювання» кавових зерен у холодній воді. Європейський варіант колд бру – приготування гарячого еспreso з подальшим різким охолодженням. Вирізняють також особливий вид кави з додаванням лікеру (або іншого міцного алкогольного напою) – **корето**.

## 20.2. Чай

### 20.2.1. Поняття та походження терміна «чай», історія поширення

**Чай** («чá» на пекінському і гуандунському діалекті, «тê» – на амойському, «тцай-є» – на тайванському, «чай» – на гінді) – напій, отриманий заварюванням, варінням чи настоюванням спеціально підготовленого листа чайного куща. Чаєм також називається сухе листя чайного куща, призначене для заварювання цього напою. У широкому розумінні – будь-який листяний, фруктовий, ягідний або трав'яний настій. У назвах таких напоїв до слова «чай», здебільшого, додають роз'яснення, що характеризує вихідну сировину («трав'яний чай», «ягідний чай», «фруктовий чай» тощо). У перекладі з китайської мови «чай» означає «молодий листочок».

В різних частинах планети люди використовували різні відвари з рослин, що містили збуджувальні речовини: кавове дерево, какао, парагвайський падуб, кока тощо.

До появи чаю в Україні та Європі пили різні напої – навари, узвари з місцевих рослин. Чай частково витіснив багатомісячні традиції виготовлення різних освіжаючих, тонізуючих, зігріваючих напоїв. Популярними рослинами для заварювання в **Україні** було листя іванчаю, гадючника, яблуні, материнки, чорниці, чебрецю, ожини, малини, пелюстки шипшини, звіробою, липи, сухі плоди малини, горобини, гілки малини, вишні, шипшини, яблуні, смородини та ін.

Саме в **Китаї** чай спочатку вживали як ліки, а вже потім – і як напій. Саме від китайської назви чаю («ті» у південних діалектах, «ча» в північних і в кантонському) походять назви чаю в різних мовах,

причому вибір північної або південної вимови вказує на основний спосіб доставки чаю – відповідно, сушею чи морем.

До другої половини I тисячоліття сформувалися традиції вживання цього напою, китайці відмовилися від варіння чаю, яке раніше практикувалося, і перестали додавати до нього сіль. Тоді чай виробляли у вигляді брикетів, а перед заварюванням товкли у ступці. За династії Сун (X-XIII ст.) у вжиток увійшов листовий і порошкоподібний чай, а чаювання перетворилося на вишукане проведення часу, вершиною якого була Сунська чайна церемонія, яку пізніше запозичили японці.

Згасання чайної культури Китаю в XIII ст. пов'язане з монгольською навалою, внаслідок якої багато культурних досягнень було забуто. Лише за часів династії Мін (XIV-XVII ст.) чайна культура відродилася – але вже на іншій основі: китайці перейшли повністю на листовий чай, який заварювали в гарячій воді. Саме з таким чаєм і методом його приготування познайомилися європейці.

Серйозним ударом по китайській культурі взагалі, і чайній зокрема, стали політичні потрясіння XVIII-XIX ст., які призвели до того, що Китай, який до першої половини XIX ст. виробляв практично весь чай, що надходив на світовий ринок, повністю втратив свої позиції і в деякі періоди взагалі не вивозив чай. За часів соціалістичного правління після 1949 р. ситуація почала виправлятися, але т.зв. культурна революція оголосила чайні традиції непотрібними. Як результат – традиційна чайна культура Китаю практично загинула, зберігшись частково лише в китайських діаспорах інших держав, а також на Тайвані. Із середини 1970-х років чайні традиції почали відроджуватися; отже, сучасній чайній культурі Китаю не більше 45 років.

Сьогодні в Китаї виробляється і споживається величезна кількість сортів чаю, простих і ароматизованих. Частка Китаю в експорті чаю знову зростає, піднявшись з декількох відсотків у 1980-х роках до чверті світового виробництва.

В Японії чай відомий з IX століття, коли з Китаю завезли його насіння і перша чайна плантація була розбита біля підніжжя гори Хієй-дзан неподалік від Кіото. Спочатку це був напій буддистських ченців і палацової знаті. Поступово вирощування чаю розширювалося, з'явилися власні, суто японські, його сорти. У XII ст. до Японії з Китаю потрапив спосіб виготовлення подрібненого порошкового чаю. В XIII ст. до первісної фіксації чаю парою додався спосіб обсмажування. Починаючи з кінця ери Мейдзі (XIX-XX ст.) виробництво чаю механізували й автоматизували. Нині в Японії виробляють близько десятка сортів чаю.



Японці вживають переважно зелений чай, п'ють його як гарячим, так і холодним, у чистому вигляді та з різними добавками.

До **Європи** з Китаю почали возити чай португальці, голландці та англійці у середині XVII ст. Спочатку він був відомий як лікувальний напій, але після кількох десятиліть його стали пити просто для задоволення.

**Французи** дізналися про чай від голландців в 1636 р. Одним із перших палких шанувальників цього напою був король Людовик XIV (сер. XVII – поч. XVIII ст.), який дізнався, що китайці та японці завдяки чаю не страждають на подагру та апоплексію, і звелів так лікувати себе від подагри. Від короля звичку пити чай перейняли піддані. Чоловіки захоплювалися цим екзотичним напоєм і перетворювали чаювання на ритуал, подібний до китайського, причому особливе значення надавалося тонкій порцеляні, китайським килимам і шпалерам.

У Великобританії чай став надзвичайно популярним завдяки дружині короля Карла II – португальській принцесі Катерині, яка зробила чаювання традиційним ритуалом при дворі, замість вживання алкоголю.

З самого початку чай в Європі наткнувся на сильний спротив з боку прихильників кави, какао, пива і вина. Не без участі лобі англійських торговців кавою і пивом, король Карл II не поділяв захоплене ставлення своєї дружини до чаю. Він обклав в 1684 році імпорт чаю високими податками і видав закон, який забороняв подальше поширення кав'ярень і чайних, які вважав розсадниками різних політичних ідей. Проте за кілька тижнів цей закон скасували через протест шанувальників чаю, залишивши мито, через що чай в Англії був значно дорожчий, ніж на континенті. Це призвело до жвавої контрабанди і появи чайних фальсифікатів. Саме відтоді в Британії перевагу надають чорному чаю — він був дешевший і його було набагато важче правдоподібно підробляти.

У континентальній Європі і Скандинавії чай не зміг зайняти провідні позиції, ці країни залишилися переважно «кавовими», тоді як в Англії він став національним напоєм.

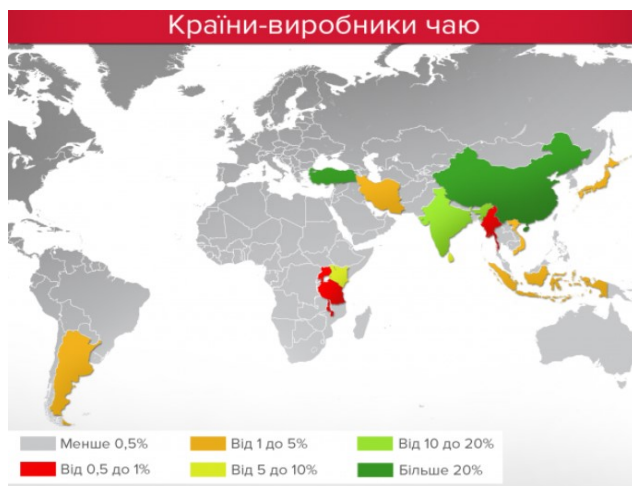
### **20.2.2. Виготовлення чаю**

Звичайний спосіб обробки добрих сортів чаю включає **зав'ялення** – спеціальну обробку чайного листа, за якої свіжий лист втрачає частину води і в його хімічному складі відбуваються певні зміни, що використовується в процесі подальшої обробки.

Можна виділити такі **етапи виготовлення чаю**:

- верхні листки і квітки збирають руками;
- в'ялення листя за температури 32-40°C упродовж 4-8 годин, при якому чайний лист втрачає частину вологи і розм'якшується;
- неодноразове скручування вручну або на ролерах (металевих валках), при якому виділяється частина соку;
- ферментативне окиснення (ферментація), що дозволяє крохмалю, який міститься в листі, розпастися на цукри, а хлорофілу – на дубильні речовини;
- сушку при температурі 90-95°C для чорного чаю і 105°C для зеленого чаю, що припиняє окиснення і знижує вологість чаю до 3-5%;
- нарізання (крім цілнолистового чаю);
- сортування за розміром чаїнок;
- можливу додаткову обробку та внесення добавок;
- упаковку.

Чим відрізняється виготовлення чорного чаю від зеленого? Зелений чай перед окисненням обробляється паром, щоб знищити ензими. Ці ж ензими при окисненні чорного чаю змінюють його колір до чорного і надають відповідного чайного смаку. Близько 75% чайного листя у світі перетворюють на чорний чай, решта 25% – на зелений.



Деякі сорти чорного і зеленого чаю проходять додаткову обробку – наприклад, додавання олії бергамоту (неїстівного цитрусового фрукта) до чорного чаю перетворює його на сорт чаю Ерл Грей.

Чай вирощується в основному в п'яти країнах – Китаї (майже 80% зеленого чаю), Індії (в основному, чорний), Шрі-Ланці (яку ще називають Цейлоном, батьківщина чаю «Ліптон»), Японії (різні екзотичні чаї) і Тайвані (різні сорти зеленого чаю).

### **20.2.3. Класифікація чаю: критерії, види, сорти**

У світі з різних сортів чайного куща *Camellia sinensis* виготовляють понад 10 000 різних чаїв. Смакові якості та колір кожного виду визначається довгим переліком змінних факторів – розташування і висота чайної плантації, клімат, сезонні зміни, ґрунти, способи вирощування, способи обробки.

#### **За типом рослини**

Розрізняють два основних біологічних підвиди *Camellia sinensis*:

- **китайський** (*Camellia sinensis* var. *sinensis*) охоплює: китайський, дарджилінг, тайванський, в'єтнамський, індонезійський, грузинський;
- **асамський** (*Camellia sinensis* var. *assamica*): індійський, цейлонський, кенійський, угандійський.

Науковці виділили ще дві форми:

- **камбоджийський** (*Camellia sinensis* var. *cambodia*) – вважається або третім підвидом, або ж природним гібридом китайського та асамського. Вирощується в деяких районах Індокитаю;
- **японський** (*Camellia sinensis* var. *japonica*) – вважається формою китайського підвиду, кущі якого були завезені до Японії.

**За походженням** розрізняють:

- **китайський** – виключно листовий, подрібнення листя майже не практикується. У Китаї широко налагоджене виробництво ароматизованих чаїв;

- **індійський** – чорний чай з асамського різновиду чайної рослини. Індійський чай має яскравіше виражений смак, порівняно із китайським чорним чаєм. Більша частина індійського чаю випускається різаним або гранульованим, часто використовують купажування для підсилення смакових показників. Найкращі ґатунки індійського чаю виготовляються з китайського різновиду чайної рослини, що росте на високогірних плантаціях Гімалаїв у провінціях Дарджилінг і Сіккім; загалом, за типом вирощування, збирання й приготування вони ближчі до китайського чаю;

- **цейлонський**. Шрі-Ланка дає близько 10 % світового виробництва чаю: чорний, зелений та білий чай з асамського різновиду чайної рослини. Найкращу якість має, як вважається, чай з високогірних плантацій (2000 м над рівнем моря). Як і в Індії, широко

практикується виготовлення різаного та гранульованого чаю;

- **японський** – винятково зелений чай, переважно високих за якістю гатунків. Обсяг експорту незначний, основна частина споживається всередині країни;

- **Індокитай** (Індонезія, В'єтнам і Бангладеш) – виготовляють як чорний, так і зелений чай, переважно невисокої якості;

- **африканський**. Найбільше виробництво – в Кенії, також чай виробляють в Малаві, Уганді, Бурунді, Камеруні, Зімбабве, ПАР, Мозамбіку, Мавританії та інших країнах (більшість африканських виробників чаю – колишні англійські колонії, де виготовлення чаю було налагоджено у ХІХ ст.). Африканський чай – переважно чорний, різаний, невисокої якості, з гарною екстрактивністю та різким смаком. Зустрічається у складі купажованих чаїв разом з індійським або цейлонським;

- **турецький** – виключно чорний чай, різаний, здебільшого середньої або низької якості, з поганою екстрактивністю, для приготування вимагає не заварювання, а кип'ятіння;

Крім вищезгаданих, є ще декілька десятків держав, де виготовляють чай, проте вони не відіграють помітної ролі на ринку.

**За ступенем окиснення** виділяють:

- **білий чай** – проходить мінімальну кількість стадій обробки в процесі виробництва, зазвичай – в'ялення і сушку, має вищий ступінь окиснення, ніж більшість зеленого чаю – до 12%, тому і настій дає темніший, всупереч поширеній думці;

- **зелений чай** – на початку обробки іноді фіксується парою температури 170-180°C; окиснення триває не більше двох днів, після чого припиняється нагріванням (традиційно в горщиках (Китай) або під парою (Японія), або взагалі не проводиться). В результаті чай стає окисненим на 3-12%;

- **жовтий чай** – окиснюється на 3-12%, майже як зелений, але перед сушкою проходить процедуру закритого «томління»;

- **улун (оолонг)** – чай, окиснений на 30-70%. В Китаї називається «синьо-зеленим» або «блакитним». Має декілька градацій за ступенем окиснення – від найслабшого до найбільшого, який властивостями подібний до чорного чаю;

- **чорний чай**, або за китайською термінологією, червоний або багряний – окиснюється майже повністю (на 80%), термін окиснення – від двох тижнів до місяця, хоча існують і скорочені процеси;

- **пуер**, або за китайською термінологією, чорний – ферментований чай, виготовляється зі старого листа старих кущів. Після доведення до

стану зеленого чаю, ферментується від кількох місяців до кількох років. Досить часто пресується і у формі брикетів може зберігатися впродовж тривалого часу, що не погіршує, а навпаки, поліпшує його властивості.

### **За типом листа та його обробки**

Нижченаведена класифікація майже не стосується китайських та японських чаїв. Запроваджена європейцями, вона здебільшого використовується для цейлонських, індійських, африканських, індокитайських чаїв:

- **цілолисті чаї** поділяються на:
  - *тіпсовий чай*. Загальне маркування чаю з додаванням чайних бруньок, що не розпустилися (анг. *tips*) – **T** (*Tip*);
  - *оранж пеко, пеко, байховий чай*. Міжнародне маркування – **OP** (*Orange Pekoe*), **P** (*Pekoe*). Чай з наймолодшого листа (як правило, перших двох листків), іноді з додаванням бруньок – тіпсів. Базовий ґатunek листового чаю. Оранж пеко із додаванням тіпсів набагато ароматніший, смачніший і цінніший;
  - *довголисті чаї* (англ. *Long-leaf*) – чаї цього ґатунку виробляються з великого, не дуже старого листа;
  - *сушон* (*Souchong*) – чай із нижнього, найстарішого листа.

### **Чай з ламаного або різаного листа**

Ламане листа може утворюватися як відходи виробництва листового чаю або подрібнюватися (різатись) спеціально. Такий чай вирізняється вищою екстрактивністю (заварюється швидше), а настій виходить міцнішим і терпкішим, проте має гірший аромат і менш тонкий смак. Класифікація ламаного чаю аналогічна до класифікації листових; міжнародне маркування утворюється додаванням букви **B** (*Broken*) до абрєвіатури назви ґатунку чаю, наприклад, **BOP** (*Broken Orange Pekoe*).

### **Чаї низького ґатунку**

Чай з листа, спеціально подрібненого, а також із відходів чайного виробництва, що утворюються при сортуванні або просіюванні:

- *гранульований чай* або **СТС** (англ. *Cut, tear & curl*) – чай, листа якого, після окиснення, пропускають через валики з дрібними зубцями, які, обертаючись, ріжуть і скручують чайний лист. Цей метод нарізки дає менше відходів, ніж традиційний. Як сировина використовуються не лише перші два-три листки, але й старе листа. При заварюванні міцніший із терпкішим смаком та яскравим кольором, але має менш багатий аромат, ніж листовий чай;
- *пакетований чай*. Для пакетування використовується гранульований чай або чайна крихта і пил, які пакуються в пакетики з

фільтрувального паперу, інколи тканини. Буває як чорним, так і зеленим. Популярні в США та Європі пакетики для чаю були випадково винайдені нью-йоркським торговцем Томасом Саліваном (1908 р.), який, відправляючи зразки потенційним покупцям, вирішив заощадити і поклав по декілька пучків чаю у невеликі шовкові мішечки. Його клієнти, не маючи будь-яких інструкцій, опустили мішечки з чаєм у гарячу воду;

- *зелений або чорний цегельний чай*, виготовлений зі старого листа, підрізного матеріалу і навіть гілок шляхом пресування, облицьований порівняно високоякісним чайним матеріалом. Вміст облицьовального матеріалу має бути не менше 25%, загальний вміст чайного листа – не менше 75%. Відрізняється яскраво вираженим терпким смаком з тютюновим відтінком і слабким ароматом. Може довго зберігатися;

- *чорний плитковий чай*, що виготовляється з чайної крихти і пилу шляхом пресування з попереднім обсмажуванням і пропарюванням за температури 95-100°C. Відрізняється високою екстрактивністю;

- *розчинний чай* – порошок дегідратованого завареного чаю. Його слабкий букет зазвичай компенсується штучною ароматизацією.

#### **За сезоном збирання**

Чаї найкращих ґатунків збирають в певну пору року, а деякі навіть в певний день року. Такі чаї майже ніколи не збирають під час мусонів, взимку або між загальноприйнятими у регіоні періодами збирання. Якісні чаї різних сезонів не змішують, оскільки вони істотно відрізняються один від одного за смаком та ароматом. В Китаї цінуються найперші *весняні* чаї; в Індії, окрім весняних, вважаються дуже цінними і *літні* чаї, які називаються «мускатель»; у Тайвані виробляють високої якості зимові улуні.

#### **За домішками розрізняють:**

- *Ерл Грей* (Earl Grey) – чорний або зелений чай, ароматизований екстрактом із шкірки цитрусового плоду бергамот;

- *Саусеп*, або *соу-сеп*, – зелений чай або улун, ароматизований екстрактом плода соу-сепу («сметанного яблука»);

- *Жасминовий чай* – традиційний для Китаю та Японії зелений чай або улун, ароматизований квітами жасмину;

- *Геммайтя* – традиційний японський зелений чай з додаванням смаженого коричневого рису (геммай).

### Напої з інших рослин

Деякі напої, що не містять чайного листа, традиційно називають чаями:

- **Мате** – відоме як *парагвайський чай* – сухе листя вічнозеленої кущової рослини «падуб парагвайський» (ісп. *yerba mate*), що з прадавніх часів використовується південноамериканськими індіанцями для заварювання однойменного тонізуючого напою. Нині напій дуже популярний в Бразилії, Уругваї, Парагваї, Аргентині, Болівії та Чилі. Мате відомий багатими цілющими властивостями та містить велику кількість кофеїну. Чай мате п'ють без цукру. Напій має бути гіркий зі специфічним ароматом. Смак нагадує міцний зелений чай;

- **Ройбуш** (*rooibos* – «червоний кущ») – чагарник із родини бобових, що росте в Африці, а також напій, отриманий настоюванням листя і шматочків гілочок цього чагарника у гарячій воді. Ройбуш має високий вміст антиоксидантів, що робить його корисним при лікуванні певних захворювань; добре втамовує спрагу і тонізує. На відміну від чаю і кави, ройбуш не містить кофеїну, тому він може використовуватись як заміна цих напоїв для людей, яким кофеїн протипоказаний. З цієї ж причини ройбуш може без обмежень вживатись маленькими дітьми. Наявність у складі ройбуша глюкози робить його смак солодкуватим без використання цукру чи його замінників;

- **Кудін, кхудін** – напій, який отримують заварюванням висушеного листя падука широколистого. Належить так званих «гірких чаїв». Має широкий спектр цілющих властивостей: сечогінний, жарознижуючий, детоксикаційний, протизапальний і бактерицидний, нормалізує обмін та артеріальний тиск, поліпшує роботу травної системи, є антиоксидантом. При приготуванні кудіна важливо дотримуватись температурного режиму: при заварюванні 100-градусною водою отримують напій з гіркотою полину, при використанні 80-градусної води — напій із тонким, благородним смаком;

- **Каркадэ** – солодкувато-кислуватий на смак напій яскраво-червоного кольору, приготований із сушених навколоцвіть квіток розелли (наукова назва рослини *Hibiscus sabdariffa*). Каркадэ також називають суданською мальвою, суданською трояндою, червоною трояндою, червоним щавлем, окрою, кенафом, трояндою шарон, «мальвою Венеції». Є національним напоєм Єгипту. Гарячий чай п'ється як прохолодний напій у спеку. Холодний каркадэ вживається з цукром, за смаком нагадує морс. В арабських країнах набув широкого застосування в медицині і вважається «ліками від усіх хвороб».

Речовини, які надають рослині червоного кольору, містять вітамін РР, що зміцнює стінки кровоносних судин, регулює їх проникність. Відвар із гібіскуса має спазмолітичні, сечогінні, жарознижуючі, антиоксидантні властивості. Напій містить багато вітамінів і органічних кислот (зокрема, лимонну), які сприяють поліпшенню загального стану організму;

- **Ханібущ** (англ. *honey bush* – «медовий кущ») – напій, який готують з деяких видів південноафриканських рослин, що належать до роду Циклопія родини бобових. Аналог широко відомого ройбуша.

#### **20.2.4. Особливості приготування чаю**

Чайний напій готується, переважно, заварюванням: сухий чай заливається гарячою водою і настоюється упродовж певного часу. Дозування сухого чаю, час настоювання і температура води залежать від сорту чаю і традицій. Зазвичай вважається, що *чим вищий ступінь ферментації чаю, тим вищою має бути температура води.*

Існує багато способів заварювання чаю, проте є безліч моментів, які потрібно враховувати для того, щоб отримати дійсно смачний чай, відчутти все багатство його смаку та аромату, яке ще називають букетом напою. Тому треба дотримуватись певних **правил**:

- оскільки **білий чай** найніжніший, то, відповідно, і потребує значно нижчої температури для запарювання (75°C). Для отримання легенького чаю з не надто вираженим смаком і ароматом достатньо 2-4 хвилин для настоювання, якщо ж чай настоювати до 7 хв, то смак напою буде насиченим;

- існує безліч різних сортів **зеленого чаю**, тому й температура заварювання коливається в діапазоні 65-80°C: найнижчі температури використовують для японського чаю. Зелений чай, на відміну від білого, має нетривалий час заварювання – від 30 секунд до 2 хвилин. Якщо ж заварка використовується повторно, то не рекомендують заварювати чай довше 30 с. Проте деякі темні китайські зелені чаї варяться до 4 хвилин. Варто пам'ятати, що свої корисні і смакові властивості він зберігає впродовж 5-6 заварювань;

- деякі особливо ніжні типи **чорного чаю** потребують температури заварювання від 80 до 93°C. Більшість сортів чорного чаю можна заварювати при температурі від 88 до 100°C і готувати від 3 до 5 хвилин. Витримує цей напій не більше трьох заварювань. Якщо ж до чаю додаються молоко і цукор, то краще продовжити час заварювання ще на 2-3 хвилини для отримання насиченішого смаку й аромату;

- **улун (оолонг)** – найбільш зрілий чай, багатий на вітаміни та мікроелементи. Заварюють його при t° води 90°C кілька хвилин;



- **пуер** варто заварювати водою, температура якої близька до кипіння (96°C) і витримувати від 2 хв. Використовувати його можна аж до 10 разів, а ось першу заварку фахівці рекомендують злити;
- **мате** знаменитий своїм тонізуючим ефектом, що пояснюється високим вмістом кофеїну в ньому. Готують напій у воді 90-95°C упродовж 6 хвилин. Витримує 8 заварювань. Для приготування використовують особливу чашку (калабас), виготовлену з місцевого гарбуза (лагенарії), а п'ють через особливу трубочку (бомбилью);
- **ройбуш** відрізняється солодким смаком, великою кількістю вітамінів і мікроелементів. Заливають водою 90-95°C і дають настоятися 6-8 хвилин. Готувати можна 5-7 разів;
- **каркаде** заливають його водою 95°C і настоюють близько 10 хв.

### 20.2.5. Способи подавання чаю

В історії чайного мистецтва можна нарахувати десятки способів подавання чаю. Нижченаведені використовуються для заварювання листового чаю:



1. **Гайвань** – китайська, здебільшого порцелянова чашка чи піала з кришкою і блюдцем. Гайвань виконує функцію чайника та чашки одночасно, її особливість в тому, що чашка і кришка завжди мають невеликий проміжок, завдяки чому заварений чай можна розлити по кружках, якщо треба розділити його на кілька порцій. В іншому випадку через цей отвір чай п'ється однією людиною, якщо заварювалася тільки одна порція. Використовується зазвичай для зелених, білих та жовтих чаїв.

Всередину чаші кладуть невелику порцію заварки і заливають водою відповідної температури. Першу промивку зливають, наступні – п'ють, регулюючи час заварювання. Гайвань утримується трьома пальцями. Мізинцем і безіменним пальцем утримують блюдце, а великим - притискають кришку та чашку під нею. Заповнюють гайвань приблизно на три чверті об'єму.



2. **Тіпод** – різновид чайника, основа якого виготовлена зі скла, ручка і кришка – пластикові, всередині міститься металічне ситечко. Він має низку переваг: одночасно можна заварити велику порцію чаю, оптимальний для щоденного використання,

придатний для всіх сортів, зручно використовувати в будь-яких умовах.

У внутрішню колбу під кришкою насипають чай і заливають водою. Якщо натиснути кнопку на кришці, настій сам вилється в чайник. Першу заварку потрібно злити, а наступні можна пити, не розбавляючи водою.

3. **Чайна колба** – відносно новий чайний аксесуар, який складається з двох скляних резервуарів з кришкою. Перший – суцільний, з невеликими ручками для зручності. Другий – з перфорованим дном.



**Особливості:**

- є колби різного розміру – маленькі й більші, розраховані на компанію людей;
- можна заварювати будь-який сорт чаю, але з крупнолистим можуть виникнути труднощі – великі листки не вміщаються повністю у внутрішню ємність, мнуться й кришаться;
- зручно використовувати вдома і в поїздах.

У внутрішній резервуар кладуть чай, поміщають його в зовнішню ємність, заливають водою й закривають кришкою. Коли час витримки закінчується, стакан виймають і ставлять всередину кришки. Першого разу заварку швидко промивають. Кількість проливів може бути різною, в тому числі до 8, залежно від виду чаю.

Чайна колба придатна для всіх сортів чаю.

4. **Чашка або кухоль із кришкою** з будь-якого матеріалу й будь-якої місткості. Метод, хоча й здається відверто європейським, таким не є, а запозичений в тому ж Китаї. У багатьох китайських провінціях заварювання в чашці практикують частіше, ніж будь-який інший спосіб.

**Особливості:**

- обираючи між чашкою і кухлем з кришкою, краще вибрати останній – якщо накривати ємність кришкою, настій виходить ароматнішим і не так швидко вистигає в процесі заварювання;
- придатний для будь-якого сорту чаю, якщо його пити швидко, бо коли довго заварювати, наприклад, зелений чай, він гірчитиме;
- швидкий і практичний метод, хороший для ранкового або робочого чаювання;
- різні сорти чаю можна заварювати таким способом не більше трьох разів.

У кухоль насипають необхідну кількість заварки й доверху заповнюють водою. Перший короткий пролив потрібно злити. Промитий чай знову заливають водою певної температури, дають час

настоятися і п'ють. Чайний лист осідає на дно й процес екстракції триває, поки п'ється чай. Тому настій виходить досить міцним і тонізуючим.

5. **Холодне заварювання.** Серед речовин у складі чайного листа є й такі, що майже миттєво руйнуються при контакті з гарячою водою. Щоб їх «дістати», підійде метод холодного заварювання.

**Особливості:**

- спосіб не потребує використання специфічних аксесуарів – підійде термос, пляшка з кришкою;
- заварку відразу заливають холодною водою;
- ємність з чаєм можна зберігати в холодильнику;
- на екстракцію знадобиться більше часу – від 4 (для легких світлих сортів чаю) до 8 годин (для темних). Але очікування винагороджується незвичним смаком чаю, де розкриваються нові нотки й відтінки, які окріп просто знищує;
- придатний не для всіх сортів – найбільше для тих, що погано переносять заварювання крутим окропом.

6. Для заварювання чаю підійде будь-який **чайник** – скляний, порцеляновий, з подвійним дном. Але канонічними вважаються чайники з глини, якими користуються в Китаї, Японії, Індії. Найкращі китайські чайники роблять в Ісині з місцевої «ісинської глини».

**Особливості:**

- перед заварюванням чайник прогрівають – обдають всередині окропом й тільки після цього кладуть заварку;
- якщо чайник зроблений з глини й раніше не використовувався, він може змінити смак настою, додаючи до нього легкого специфічного глиняного присмаку;
- скляні, порцелянові чайники можуть використовуватися для будь-яких сортів чаю, а ось глиняні – чайні майстри не рекомендують використовувати для заварки білого, жовтого чаю – глина має властивість приглушувати їхній легкий аромат і делікатний смак;
- заварювання в чайнику з кришкою добре тим, що смак і аромат напою максимально акумулюється в настої;
- чайник добре зберігає температуру, тому напій вистигає повільніше, а екстракція корисних речовин відбувається правильно, глибоко.

У склі й порцеляні можна заварювати світлий чай, молоді пуери, а глину рекомендують для дорослих пуерів, улунів і червоного чаю.

7. **Пін Ча** – це чайна церемонія, спрямована не на глибоке вивчення чаю та його станів, а на знайомство з ним. Вона підходить для дегустації

та щоденних чаювань. Для церемонії потрібні: чабань, чайник або гайвань, чахай, чашка або піала, сито, чайні інструменти, чай.

#### **Особливості:**

- хоч спосіб і спрямований на дегустацію і знайомство з чаєм, таке заварювання триває довше, ніж заварювання в колбі або горнятку;
- придатний для всіх сортів чаю без винятку;
- метод підходить й для одного шанувальника чаю, і для компанії – посуд для заварювання вибирається за ситуацією.

**Як застосовувати.** На таці чабань розставляють інструменти. Весь посуд промивають гарячою водою. До того, як покласти чай всередину, з ним треба познайомитись – вдихнути аромат, оцінити його тактильні властивості. Після цього заварку насипають у чайник або гайвань й заливають гарячою водою. Перший пролив



– це промивка, вона повинна бути короткою (10-15 секунд), але отриманий настій не виливають відразу. Спочатку його переливають в чахай, потім по чашках – щоб зігріти посуд і познайомити його з чаєм. Тільки після цього промивку можна зливати в чабань. Далі чай заварюють у звичайному режимі, поки настій не втратить смак і колір. Спочатку він обов'язково зливається в чахай, після чого розливається по чашках. Бажано використовувати чашки скляні або світлі, з широкою шийкою. Адже завдання Пін Ча полягає в тому, щоб познайомитися не лише зі смаком, але й з ароматом і кольором напою.

#### **Запитання та завдання для самоперевірки**

1. Що таке «кава»? Назвіть версії, пов'язані з походженням терміна «кава».
2. Розкажіть історію винайдення і поширення кави.
3. Опишіть історію появи та поширення кави в Україні.
4. Назвіть основні види кави та регіони їх виробництва.
5. Охарактеризуйте технологію обсмажування кави. Які процеси відбуваються під час обсмажування кавових зерен?
6. Дайте характеристику основних способів обсмажування кави.
7. Назвіть основні різновиди кавових напоїв.
8. Охарактеризуйте кавові напої, які готуються на основі еспресо.
9. Перелічіть та дайте характеристику гарячих кавових напоїв із додаванням молока.
10. Назвіть різновиди холодних кавових напоїв.
11. Що таке «чай»? Звідки походить назва цього напою? Назвіть напої, які вживалися в різних регіонах світу, в т.ч. і в Україні, до поширення чаю.
12. Розкрийте історичні етапи поширення чайної культури у світі.

13. Назвіть основні етапи виготовлення чаю.
14. За якими критеріями проводять класифікацію чаю? Назвіть види чаю, що виділяються за типом рослини.
15. Які види чаю розрізняють за походженням?
16. Охарактеризуйте види чаю за окисненням.
17. Для яких чаїв застосовують класифікацію за типом листа та його обробки? Перелічіть та охарактеризуйте їх.
18. Дайте характеристику популярних у світі напоїв з інших рослин.
19. Назвіть основні правила приготування чаю (залежно від виду).
20. Перелічіть найпопулярніші способи подавання чаю.

### Тести для самоконтролю

1. Українське слово «кава» походить від \_\_\_\_\_.  
а) англійського *coffee*; б) турецького *kahve*;  
в) німецького *Kaffee*; г) французького *café*.
2. Згідно з існуючими історіями та легендами, батьківщиною кави є \_\_\_\_\_.  
а) Ефіопія; б) Єгипет; в) Бразилія; г) Кенія; д) Туреччина.
3. Пити напій із кавових зерен першими з європейців при звичаїлися \_\_\_\_\_.  
а) моряки, що перевозили вантажі по мусульманських країнах;  
б) пастухи, які випасали овець в горах Єгипту;  
в) османські султани та їх челядь;  
г) перські лікарі, які вважали каву лікарським засобом від усіх хвороб.
4. На території України каву пили з \_\_\_\_\_ ст.  
а) X ст.; б) XII ст.; в) XVI ст.; г) XIX ст.; д) XX ст.
5. Коли в Кам'янці-Подільському почали вживання кави і заснували перші кав'ярні?  
а) в XVII ст.; б) в XII ст.; в) X ст.; г) в XIX ст.; д) в XX ст.
6. З іменем якого українця пов'язують відкриття кав'ярні у Відні та перетворення останнього на одну із «кавових столиць» Європи?  
а) І. Мазепи; б) П. Орлика; в) Ю. Кульчицького; г) Б. Хмельницького.
7. Скільки видів кавових дерев існує у світі?  
а) чотири; б) близько 80-ти; в) п'ятдесят; г) десять.
8. Найпопулярнішим у світі видом кави є \_\_\_\_\_.  
а) Арабіка; б) Робуста; в) Ліберіка; г) Екссельса.
9. В горах Емену, на південно-західному нагір'ї Ефіопії і в південно-східному Судані знаходиться батьківщина \_\_\_\_\_.  
а) Ліберіки; б) Робусти; в) Арабіки; г) Екссельси.
10. Яка країна з 1964 року вважається основним виробником кави?  
а) Ефіопія; б) Колумбія; в) Бразилія; г) Індія.

11. \_\_\_\_\_ дає більший врожай, має майже подвійну дозу кофеїну та антиоксидантів, зручна у догляді, стійкіша до захворювань.  
а) Арабіка; б) Робуста; в) Ліберіка; г) Екссельса.
12. Основним регіоном вирощування робусти є \_\_\_\_\_.  
а) Індонезія; б) Індія; в) Уганда; г) Бразилія; г) В'єтнам.
13. Обсмажування кави здійснюється у спеціальній машині, що називається \_\_\_\_.  
а) тостер; б) ростер; в) хоспер; г) тандир; д) слайсер.
14. Зерна якого обсмаження мають вищу кислотність і різкий смак?  
а) світлого обсмаження; б) темного обсмаження;  
в) білого обсмаження; г) чорного обсмаження.
15. Спрощений поділ за ступенем обсмаження виділяє такі способи:  
а) світле, середнє, темне обсмажування;  
б) слабке, середнє і сильне обсмажування;  
в) швидке, середнє і повільне обсмажування;  
г) аравійське, індійське і бразилійське обсмажування.
16. Світле обсмажування (195-205°C), що залишає зернам світло-коричневий колір і надає слабо вираженого хлібного аромату. Для приготування еспресо така кава не дуже підійде, а ось із вершками та молоком добре поєднується. Це характеристики, властиві каві \_\_\_\_\_.  
а) легкого обсмажування (скандинавське, коричневе, новоанглійське, напівміське);  
б) середнього обсмажування (американське, коричневе, середньо-коричневе, регулярне);  
в) віденського обсмажування (міське, ділове, світло-французьке);  
г) сильного обсмажування (французьке, континентальне, новоорлеанське).
17. Найсильніше обсмажування, що відбувається за температури 245-250°C; колір зерен практично чорний; вони стають дуже маслянистими; кислінка в смаку кави відсутня, проте з'являється аромат карамелі і димні нотки – це риси, характерні для \_\_\_\_\_ обсмажування.  
а) легкого (скандинавського, коричневого, новоанглійського);  
б) середнього (американського, коричневого, середньо-коричневого, регулярного);  
в) іспанського обсмажування (італійського, кубинського);  
г) сильного обсмажування (французького, континентального, новоорлеанського).
18. Основні різновиди кави виділяють за \_\_\_\_\_.  
а) способом заварювання; б) способом обсмажування;  
в) кількістю води; г) кількістю кави.

19. Напій, що складається із кави темного обсмаження (7 г), води (35 мл), вживається у гарячому вигляді одним ковтком і не пізніше ніж за хвилину після приготування, – це \_\_\_\_\_.
- а) американо; б) капучино; в) еспресо; г) ристрето.
20. Найпопулярніший різновид кавового напою, об'ємом 150 мл, що складається з еспресо і води, – це \_\_\_\_\_.
- а) американо; б) капучино; в) еспресо; г) ристрето.
21. Який вид напою на популярніший у Скандинавії та Америці?
- а) еспресо; б) американо; в) фільтр-кава; г) кава по-турецьки.
22. Лунго – це \_\_\_\_\_.
- а) «довге» еспресо (кави додається 7 г, води – 50-60 мл) із характерною гірчинкою і підвищеною дозою кофеїну;
- б) класичний варіант ароматного напою в подвійній порції;
- в) італійська «швидка» кава, найміцніша, гірка і така, що бадьорить. При приготуванні використовують 7 г кавових зерен на 15-20 мл води;
- г) напій на основі еспресо із додаванням лимонного соку практично в рівних пропорціях.
23. Як називається італійська «швидка» кава, найміцніша, найгіркіша і збадьорююча, при приготуванні якої використовують 7 г кави і 15-20 мл води?
- а) еспресо; б) лунго; в) допіо; г) ристрето; д) романо.
24. Напій, приготований на основі еспресо із додаванням у рівних пропорціях лимонного соку, називається \_\_\_\_\_.
- а) еспресо; б) лунго; в) допіо; г) ристрето; д) романо.
25. Кавовий напій, що складається з трьох різнокольорових шарів – молочної пінки, збитого молока і еспресо, називається \_\_\_\_\_.
- а) кава лате; б) капучино; в) макіато; г) мокачино.
26. Ніжний кавовий коктейль з еспресо і молоком у пропорції 1:1, що подається в скляних айріш-келихах або в білих чашках, називається \_\_\_\_\_.
- а) кава лате; б) капучино; в) макіато; г) мокачино.
27. Як називається кавовий напій, в якому еспресо додається зверху до молока і збитої пінки, і перекладається як «пляма на молоці»?
- а) кон-панна; б) капучино; в) макіато; г) мокачино.
28. Мокачино – це \_\_\_\_\_.
- а) класичне еспресо зі збитими вершками;
- б) подвійне еспресо зі спіненим молоком і вершками у співвідношенні 2:1:1;
- в) традиційна кава-лате з гарячим шоколадом;
- г) коктейль з еспресо зі збитими вершками і ванільним сиропом.
29. Коктейль з еспресо зі збитими вершками та ванільним сиропом – це ...
- а) кон-панна; б) бреве; в) флет-вайт; г) раф; д) фредо.

30. Коктейль із еспресо з карамельним сиропом і молоком, збитий разом із крижаною крихтою, називається \_\_\_\_\_.  
а) кон-панна; б) бреве; в) флет-вайт; г) раф; д) фредо.
31. Охолоджене еспресо або американо, у чашку з яким кладуть кульку вершкового морозива, це – ...  
а) фредо; б) раф; в) глясе; г) фрапе; д) фрапучино.
32. Один із видів густих кавових холодних коктейлів, що складається з кави, морозива, холодного молока, фруктовো-ягідного сиропу, дрібної крижаної крихти, збитих у шейкері чи міксером, називається \_\_\_\_\_.  
а) фрапе; б) фрапучино; в) глясе; г) фредо; д) раф.
33. Вид кави, до якої додають лікер або інший міцний алкогольний напій, називається \_\_\_\_\_.  
а) фрапучино; б) раф; в) фредо; г) афогато; д) корето.
34. У перекладі з китайської мови «чай» означає \_\_\_\_\_.  
а) «молодий листочок»; б) молодий кущ; в) трав'яний настій.
35. Згасання чайної культури в Китаї в XIII ст. було пов'язане з \_\_\_\_\_.  
а) монгольською навалою; б) занепадом держави;  
в) хворобами чайного куща; г) поширенням кави.
36. До Європи чай потрапив завдяки португальцям, голландцям і англійцям ...  
а) у X ст.; б) у сер. XVII ст.; в) в XIX ст.; г) на поч. XX ст.
37. Французи призвичаїлися пити чай завдяки його палкому шанувальнику \_\_\_\_.  
а) королю Людовіку XIV; б) португальській принцесі Катерині;  
в) королю Карлу II; г) королеві Маргариті.
38. В якій європейській країні чай вважають національним напоєм?  
а) у Франції; б) в Португалії; в) у Великобританії; г) в Нідерландах.
39. За типом рослини розрізняють два основних біологічних підвиди чаю:  
а) японський та китайський; б) китайський та асамський;  
в) індійський та китайський; г) китайський і цейлонський.
40. За якою ознакою виділяють білий, зелений, жовтий, чорний чай, улун, пуер?  
а) за походженням; б) за ступенем обсмаження;  
в) за ступенем окиснення; г) за кольором чайного листа.
41. Класифікація чаю за типом листа та його обробки НЕ стосується \_\_\_\_\_.  
а) африканських чаїв; б) індійських чаїв;  
в) цейлонських чаїв; г) китайських та японських чаїв.
42. Парагвайський чай, популярний у Бразилії, Аргентині, Болівії, Чилі та ін. країнах, називається \_\_\_\_\_.  
а) ройбуш; б) мате; в) кудін; г) каркаде; д) ханібуш.



43. «Суданська мальва», суданська троянда, червоний щавель, троянда шарон, «мальва Венеції» тощо; національний напій Єгипту – це \_\_\_\_\_.  
а) ройбуш; б) мате; в) кудін; г) каркаде; д) ханібуш.



44. На фотографії зображений чайник для чаювання, виготовлений зі скла, із металевим ситечком; він називається \_\_\_\_\_.

- а) гайвань;
- б) тіпод;
- в) пін Ча;
- г) чайна колба.

45. Чайна церемонія, спрямована не на глибоке вивчення чаю та його станів, а на знайомство з ним, називається \_\_\_\_\_.

- а) Пін Ча;
- б) тіпод;
- в) гайвань;
- г) чахай.

### Список використаних і рекомендованих джерел

1. Закон України «Про виноград та виноградне вино» (від 16.06.2005. - № 2662-IV): URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2662-15/ed20050616>.
2. ДБН В2.2-25:2009. Підприємства харчування (заклади ресторанного господарства): URL: <https://dnaop.com/get/29633/>.
3. ДСТУ 3862-99. Ресторанне господарство. Терміни та визначення: URL: [https://dnaop.com/html/40988/doc-ДСТУ\\_3862-99](https://dnaop.com/html/40988/doc-ДСТУ_3862-99).
4. ДСТУ 4281:2004. Національний стандарт України. Заклади ресторанного господарства Класифікація: URL: [https://dnaop.com/html/34057/doc-ДСТУ\\_4281\\_2004](https://dnaop.com/html/34057/doc-ДСТУ_4281_2004).
5. ДСТУ 3297:95. Лікєро-горілчана промисловість. Терміни та визначення понять: URL: <http://spirtprod.com.ua/ru/normativno-tehnichna-dokumentatsiya.html>.
6. ДСТУ 4283.1:2007. Консерви. Соки та сокові продукти. Терміни та визначення понять: URL: [https://dnaop.com/html/33944/doc-ДСТУ\\_4283.1\\_2007](https://dnaop.com/html/33944/doc-ДСТУ_4283.1_2007).
7. ДСТУ 4283.2:2007. Консерви. Соки та сокові продукти. Номенклатура та вимоги: URL: [http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id\\_doc=85049](http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=85049).
8. Податковий кодекс України від 02.12.2019 № 2755-V: URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/ed20130203>.
9. Правила роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства: URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0680-02>.
10. Правила роздрібної торгівлі алкогольними напоями: URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/854-96-p>.
11. *Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є.* Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: навч. посібник. Київ : Знання України, 2002. 358 с.
12. *Архипов В.В.* Организация работы сомелье (все о вине в ресторане). 2-е издание: Учебное пособие (рекомендовано МОН Украины). Киев : Центр учебной литературы, 2018. 304 с.
13. *Архипов В.В., Иванникова Е.И.* Барное дело. Киев : Центр учебной литературы, 2017. 240 с.
14. *Архипов В.В.* Організація ресторанного господарства: навч. пос. – Київ : Центр учбової літератури; Фірма «Інкос», 2007. 280 с.
15. *Архипов В.В.* Ресторанна справа. Асортимент, технологія і управління якістю продукції в сучасному ресторані: підручник. 3-тє видання. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 382 с.
16. *Архипов В.В., Иванникова Т.В., Архипова А.В.* Ресторанна справа: асортимент, технологія і управління якістю продукції в сучасному ресторані: навч. посібник. – Київ : Центр учбової літератури; Фірма «Інкос», 2008. 384 с.

17. *Архіпов В.В., Русавська В.А.* Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства: навч. посібн. (рекомендовано МОН України). 3-тє вид. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 280 с.
18. *Бондаренко Г.А.* Гостиничное и ресторанное хозяйство: учебно-практ. пособие. Минск : БГЭУ, 1999.
19. *Брум Д.* Справочник бармена: пер. с англ. Москва : ВВРР, 2009. 416 с.
20. *Гарви М., Дизмор Х., Дизмор Э.* Ресторанный бизнес для чайников: пер. с англ. Москва : ООО «И.Д. Вильямс», 2013. 320 с.
21. *Кабушкин Н.И., Бондаренко Г.А.* Менеджмент гостиниц и ресторанов: учебник. 3-е из., перераб. и доп. Минск : Новое знание, 2002. 368 с.
22. *Кузнєцова Н.М.* Основи економіки готельного та ресторанного господарства: навч. посібник. Київ, 1997. 176 с.
23. *Литвиненко Т.К.* Новітні технології обслуговування у сфері ресторанного бізнесу: [підручник]. Київ, 2011. 215 с.
24. *Мальська М.П., Гаталяк О.М., Ганич Н.М.* Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика): підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 304 с.
25. *Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства: підручник / за ред. П'ятницької Н.О.* Київ : Центр учбової літератури, 2011. 584 с.
26. *Оробейко Е.С., Шредер Н.Г.* Организация обслуживания: рестораны и бары: учеб. пос. Москва : Альфа-М, Инфра-М, 2006. 320 с.
27. *Павлюченко О.С.* Інноваційні технології в ресторанному господарстві: [конспект лекцій]. Київ: НУХТ, 2014. 93 с.
28. Печь на древесном угле //Рестораторь. 2012. № 6. 62 с.
29. Ресторанна справа: конспект лекцій: у 2 ч. / укл. *Круль Г.Я.* Чернівці : Рута, 2008. Частина 1. 72 с.
30. Ресторанный сервис: Основы международной практики обслуживания для профессионалов и начинающих / *С. и Л. Зигель, Х. и Р. Ленгер, Г. Штиклер, В. Гутмайер.* Москва : Центрполиграф, 2003. 288 с.
31. *Сало Я.М.* Організація обслуговування населення на підприємствах ресторанного сервісу. Ресторанна справа: довідник офіціанта. Львів : Афіша. 2010. 304 с.
32. *Сало Я.М.* Організація роботи барів: довідник бармена. Львів : Афіша, 2012. 351 с.
33. *Самодай В.П., Кравченко А.І.* Організація ресторанної справи: навч. посібн. Суми : Вид-во СумПДУ ім. А.С. Макаренка, 2015. 424 с.
34. *Стюарт Уолтон.* Энциклопедия крепких напитков: пер. с англ. Москва : БММ АО, 2004. 128 с.

35. Товарознавство. Продовольчі товари: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів / О.Г. Бровко, О.В. Булгакова та ін. Донецьк : ДонНУЕТ, 2008. 619 с.

36. *Уокер Дж. Р.* Введение в гостеприимство: учебник: пер. с англ. Москва : ЮНИТИ, 2002. 607 с.

37. *Усіна А.І., Давидова О.Ю., Сегеда І.В., Кононенко Т.В.* Організація послуг харчування: підручник. Харків : ХНУМГ, 2014. 183 с.

38. *Усіна А.І., Сегеда І.В.* Технологія ресторанних послуг: конспект лекцій. Харків : ХНАМГ, 2007. 91 с.

39. Устаткування закладів ресторанного господарства: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / А.А. Мазаракі, С.Л. Шаповал, І.І. Тарасенко та ін. Київ : Київс. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. 640 с.

40. *Шалимінов О.В.* Збірник рецептур національних страв та кулінарних виробів, правових, нормативно-правових та інших актів для підприємств ресторанного господарства: Видання 4-е перероблене і доповнене. Київ : Арії, 2019. 992 с.

41. *Шалимінов О.В., Дятченко Т.П., Кравченко Л.О. та ін.* Збірник рецептур національних страв та кулінарних виробів: Для підприємств громадського харчування всіх форм власності. Київ : А.С.К., 2007. 848 с.

42. *Эгертон-Томас Кристофер.* Ресторанный бизнес. Как открыть и успешно управляют рестораном: пер. с англ. Москва: РосКонсульт, 1999. 272 с.

43. Абрикосовый бренди: URL: <https://alkolife.ru/brandy/abrikosovyy.html> ..

44. Алкогольный напиток джин – его состав и свойства; виды (с фото) и история; советы, как и с чем пить; рецепты коктейлей: URL: <http://xcook.info/product/dzhin.html>.

45. Арабіка: URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Кава\\_аравійська](https://uk.wikipedia.org/wiki/Кава_аравійська).

46. Арманьяк: URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Арманьяк>.

47. Арманьяк: URL: <https://www.wine.ua/dictionary/armagnac/>.

48. Бальзам: URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Бальзам\\_\(напій\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Бальзам_(напій)).

49. Безалкогольні напої: URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Безалкогольні\\_напої](https://uk.wikipedia.org/wiki/Безалкогольні_напої).

50. Бренди из других плодов и ягод: URL: <https://allcafe.ru/readingroom/drink/brandy/brendyfrukt/433/>.

51. Бренди из других плодов и ягод: URL: [https://studopedia.ru/11\\_245529\\_brendi-iz-drugih-plodov-i-yagod.html](https://studopedia.ru/11_245529_brendi-iz-drugih-plodov-i-yagod.html).

52. Бренді: URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Бренді>.

53. В Израиле найдено древнейшее пиво: URL: <https://naked-science.ru/article/sci/v-izraile-naideno-drevneyshee-pivo>.

54. Вибір посудомийних машин: URL: <https://olegiya.com.ua/ua/articles/.html>.

55. Виготовлення чаю: URL: [http://magiktea.com/all\\_about\\_tea/](http://magiktea.com/all_about_tea/).

56. Види кавових напоїв: URL: <http://coffeerecept.pp.ua/vidi-kavovix-napoiv-rizni-sposobi-prigotuvannya/>.
57. Види коньяків: URL: <https://elitalcohol.com.ua/vydy-konyakiv>.
58. Види чаю (сорти чаю) для «чайників»: URL: [https://www.teahouse.ua/ua/blog/vidy\\_sorta\\_chaya\\_ua/](https://www.teahouse.ua/ua/blog/vidy_sorta_chaya_ua/).
59. Види чаю: URL: <https://coffee-ucc.com.ua/pro-kavu-ta-chay/vydy-chayu>.
60. Види бренди: URL: <http://drinks.narod.ru/brandy3.htm>.
61. Види и сорта пива: URL: <https://pivo.net.ua/beer-classification/>
62. Види коктейлей: классификация по разным категориям: URL: <https://therumdiary.ru/teoriya-i-praktika/vidy-koktejlej-klassifikaciya-po-raznym-kategoriyam.html>.
63. Відтинки смаку: види кавових напоїв: URL: <https://tribuna.pl.ua/news/29324/>.
64. Выбор места для ресторана: важные моменты и практические советы: URL: <https://archidelivery.com.ua/blog/79>.
65. Граппа: URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Граппа>.
66. Джин: URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Джин\\_\(напій\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Джин_(напій)).
67. Этапи виробництва пива та солоду: URL: <https://www.new-review.xyz/etapy-vyrobnystva-pyva-ta-solodu/>.
68. Итальянские напитки: названия и рецепты приготовления: URL: <https://labuda.blog/293485>.
69. Кава: URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Кава>.
70. Кашаса: URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Кашаса>.
71. Квас: URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Квас>.
72. Кірш – вишневе бренді: URL: <https://kyharuk.com.ua/statti/kulinarna-entsyklopediya/kirsh-vyshnevij-brendi>.
73. Кірш — що це таке і історія виникнення, технологія виробництва і використання в кулінарії: URL: <http://radka.in.ua/kulinariya/kirsh-sho-ce-take-i-istoriia-vinikne.html>.
74. Класифікація коньяку по витримці: URL: [http://drink.co.ua/news/klasifikacija\\_konjaku\\_po\\_vitrimci](http://drink.co.ua/news/klasifikacija_konjaku_po_vitrimci).
75. Коктейли: URL: <https://knife.media/drinking-ban/>.
76. Коньяк: URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Коньяк>.
77. Лікери: URL: [https://ua.wikipedia.org/wiki/Бейліс\\_\(лікер\)](https://ua.wikipedia.org/wiki/Бейліс_(лікер));  
<https://uk.wikipedia.org/wiki/Шеріданс>;  
<https://uk.wikipedia.org/wiki/Бенедиктин>;  
[https://uk.wikipedia.org/wiki/Шартрез\\_\(лікер\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Шартрез_(лікер));  
[https://uk.wikipedia.org/wiki/Калуа\\_\(лікер\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Калуа_(лікер));  
<https://alkolife.ru/likeri/kalua-istoriya-vidi-recept.html>;  
[https://uk.wikipedia.org/wiki/Малібү\\_\(лікер\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Малібү_(лікер));  
<https://uk.wikipedia.org/wiki/Лімончело>;

- <https://uk.wikipedia.org/wiki/Драмбуї>;  
<https://ru.wikipedia.org/wiki/Амаретто>;  
<http://www.bahys.com/ru/liqueur/sort/>.
78. Метакса: URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Метакса>.
79. Мінеральні води. – Основи товарознавства: URL: <https://buklib.net/books/21949/>.
80. Мінеральні води: URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Мінеральні\\_води](https://uk.wikipedia.org/wiki/Мінеральні_води).
81. Наливка: URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Наливка>.
82. Настоянка: URL: <https://jisty.com.ua/nalivka-nastoyanka-likeru-chomu-riznitsya/>.
83. Нейтральне обладнання: URL: <https://torgoborud.com.ua/ua/Dopomizhne-obladnannya-stoli-miyki.html>.
84. О плотности и крепости пива: URL: <https://alcofan.com/plotnost-i-krepost-piva---vazhnye-karakteristiki-napitka.html>.
85. Обсмажування кави – технологія, види і способи: URL: <https://papigutto.com.ua/ua/populyarnye-retsepty/napitki/kofe/obzharka-kofe-tehnologiya-vidy-i-sposoby>.
86. Опублікували рейтинг найкращих алкогольних коктейлів у світі: URL: <https://p-p.com.ua/news/opublikovaly-reityng-naikrashchых-alkogolnykh-kokteyliv-u-sviti/>.
87. Офіційні коктейлі МАБ: URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Офіційні\\_коктейлі\\_ІБА](https://uk.wikipedia.org/wiki/Офіційні_коктейлі_ІБА).
88. Пивна традиція українців: історія хмільного напою: URL: [https://24tv.ua/pivo\\_istoriya\\_pohodzhennya\\_piva\\_v\\_ukrayini\\_vse\\_pro\\_hmilniy\\_nariy](https://24tv.ua/pivo_istoriya_pohodzhennya_piva_v_ukrayini_vse_pro_hmilniy_nariy).
89. Пивний ринок України: підсумки 2017: URL: <https://koloro.ua/ua/blog/issledovaniya/pivnoy-rynok-ukrainy-itogi-2017.html>.
90. Пиво: URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Пиво>.
91. Пиво: URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Пиво>.
92. Пивоваріння: URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Пивоваріння>.
93. Пивноміка: хто п'є найбільше пива? URL: <http://galba.com.ua/blog/pyvonomika-khto-p-ie-naibilshe-piva/>.
94. Посудомийне обладнання: URL: <http://t-proekt.com.ua/katalog-tovariv.html>.
95. Процес виробництва пива: URL: <https://koloro.ua/ua/blog/brending-i-marketing/process-proizvodstva-piva.-upakovka-piva-steklyannye-i-plastikovye-butylki-zhestyanye-banki-kegi.html>.
96. Різновиди кавових напоїв: URL: <https://blog.metro.ua/kavovi-naroyi-vid-espreso-kold-bryu/>.
97. Робуста: URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Робуста\(вид\\_кави\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Робуста(вид_кави)).
98. Ром: URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Ром>.

99. Рынок пива Украины 2019: компании и бренды: URL: <https://www.pivnoe-delo.info/2019/11/09/pivnoe-delo-3-2019-rynok-piva-ukrainy-2019-kompanii-i-brendy/>.
100. Сайт Міжнародної асоціації барменів: URL: <https://iba-world.com/new-era-drinks/>.
101. Сливовиця: URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Сливовиця>.
102. Сливовиця: історія і рецепти, як приготувати в домашніх умовах: URL: <https://www.gospo.top/2017/06/slyvovytsya-yak-prygotuvaty-v-domashnih-umovah.html>.
103. Смачне місце: які локації для закладів вибирають відомі ресторатори: URL: <https://rau.ua/novyni/lokatsyy-dlya-restorana>.
104. Сорты и рецепты кофе: URL: [http://coffeepedia.ru/category/напитки\\_и\\_рецепты](http://coffeepedia.ru/category/напитки_и_рецепты).
105. Сорты та види кави: URL: <https://coffee-ucc.com/ua/pro-kavuta-chay/sorty-kavy>.
106. Способи приготування та подачі коктейлів: URL: <https://vseosvita.ua/library/posibnik-dla-majstriv-virobnicogo-navcanna-ta-ucniv-prigotuvanna-koktejliv-72100.html>.
107. Способы приготовления коктейлей: основы миксологии: URL: <https://therumdiary.ru/teoriya-i-praktika/sposoby-prigotovleniya-koktejlej-osnovy-miksologii.html>.
108. Текіла: URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Текіла>.
109. Теплове устаткування: URL: <https://studfile.net/preview/5194084/page:3/>.
110. Технологія виробництва пива: URL: <http://foodtechnology.info/tehnologiya-vyrobnytstva-pyva>.
111. Холодильне устаткування: URL: [https://studopedia.com.ua/1\\_41599\\_tema--holodilne-ustatkuvannya.html](https://studopedia.com.ua/1_41599_tema--holodilne-ustatkuvannya.html).
112. Хоспер – меню: URL: <http://www.antrekot.com/menyu/hospermenyu/>.
113. Цікаві факти про текілу: виготовлення і різновиди: URL: <https://publish.com.ua/domivka/tsikavi-fakti-pro-tekilu-vigotvlennya-i-vidi.html>.
114. Чай. Особливості приготування: URL: <https://harchi.info/blogs/annie/chay-osoblyvosti-prygotuvannya>.
115. Чай: URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Чай>.
116. Что такое вильямина: URL: <http://brosaem.info/williams.php>.
117. Що таке джин і з чим його п'ють: URL: <https://harchi.info/blogs/san-ayt-j/shcho-take-dzhyn-i-z-chym-yogo-pyut>.
118. Як подавати пиво? URL: <https://www.new-review.xyz/yak-podavaty-pyvo/>.
119. Як правильно заварювати чай різних сортів: URL: <https://stm.net.ua/6168-yak-pravylno-zavaryuvaty-rizni-sorty-chayu.html>.

120. Як правильно пити пиво? URL: <https://www.unian.ua/consumers/210204-yak-pravilno-piti-pivo.html>.

121. 13 цікавих фактів про каву: [URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-45706729>].

122. 28 способів приготування найсмачнішої кави. – URL: <https://hodosovka.megamarket.ua/blog/28-sposobiv-prigotuvannya-najsmachnishoi-kavi>.

123. Per capita wine consumption worldwide in 2014 and 2018, by country (in liters): URL: <https://www.statista.com/statistics/232754/leading-20-countries-of-wine-consumption/>.

124. State of the vitiviculture world market. – State of the sector in 2018. – April 2019: URL: <http://www.oiv.int/js/lib/pdfjs/web/viewer.html?file=/public/medias/6679/en-oiv-state-of-the-vitiviculture-world-market-2019.pdf>.

125. The Difference between arabica and robusta? URL: <https://www.beanground.com/difference-between-arabica-and-robusta/>.

126. Wine Consumption in 2018: URL: <http://www.oiv.int/public/medias/6779/state-of-the-viticulture-world-market-oiv-2019-congress-pr.pdf>.



**СТАНДАРТ УКРАЇНИ**  
**РЕСТОРАННЕ ГОСПОДАРСТВО**  
**Терміни та визначення**  
**(ДСТУ 3862-99) (зі змінами від 29.10.2003 №185)**

**1. ГАЛУЗЬ ВИКОРИСТАННЯ**

1.1 Цей стандарт встановлює терміни та визначення стосовно громадського харчування.

1.2 Терміни, регламентовані в цьому стандарті, є обов'язковими для застосування в усіх видах нормативної документації, науково-технічній, довідковій та навчально-методичній літературі, що належить до громадського харчування, для робіт з стандартизації, сертифікації або для використання результатів цих робіт, зокрема програмні засоби для комп'ютерних систем.

1.3 Вимоги стандарту чинні для застосування у роботі підприємств, установ, організацій, що діють на території України, технічних комітетів з стандартизації, науково-технічних та інженерних товариств, міністерств (відомств).

**2. НОРМАТИВНІ ПОСИЛАННЯ**

У цьому стандарті є посилання на такі стандарти:

ДСТУ 2120-93 Хлібопекарське виробництво. Терміни та визначення

ДСТУ 2633-94 Кондитерське виробництво. Терміни та визначення.

**3. ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ**

3.1 Для кожного поняття встановлено один стандартизований термін. Терміни-синоніми подано як довідкові і вони не є стандартизованими. Недозволені до вживання терміни-синоніми наведені в круглих дужках після стандартизованого терміну з позначкою «Нд».

3.2 Наявність квадратних дужок у термінологічній статті означає, що в ній містяться два (три, чотири тощо) терміни, що мають спільні терміноелементи.

3.3 Подані визначення можна, в разі потреби, змінювати, вводити до них похідні ознаки, які розкривають значення застосовуваних термінів, зазначати об'єкти, що входять в обсяг визначуваного поняття. Але зміни не можуть порушувати обсяг і зміст понять, визначених у стандарті.

3.4 У стандарті як довідкові подано російські відповідники стандартизованих термінів, а також визначення російською мовою.

3.5 У стандарті наведено абеткові покажчики українських термінів та російських відповідників стандартизованих термінів.

3.6 Стандартизовані терміни набрано напівжирним шрифтом, їхні короткі форми, подані абрєвіатурою, — світлим шрифтом, а синоніми — курсивом. Позначка про галузь застосування багатозначного терміна подана в круглих дужках. Позначка не є частиною терміну.

**4. ЗАГАЛЬНІ ПОНЯТТЯ**

**4.1 ресторанне господарство; РГ** — вид економічної діяльності суб'єктів господарської діяльності щодо надання послуг відносно задоволення потреб споживачів у харчуванні з організуванням дозвілля або без нього.

*Примітка.* Суб'єкти господарської діяльності здійснюють діяльність у ресторанному господарстві через заклади РГ.

**4.2 продукція власного виробництва РГ** – кулінарна продукція, хлібобулочні та борошняні кондитерські вироби, що їх виробляє і продає заклад РГ.

**4.3 хлібобулочні вироби** – харчовий продукт, випечений з борошна, дріжджів, солі, води та додаткової сировини для хлібобулочних виробів (ДСТУ 2120).

**4.4 булочні вироби** – хлібобулочні вироби, випечені з пшеничного борошна, маса яких становить 500 г і менше (ДСТУ 2120).

**4.5 кондитерський виріб** – харчовий продукт, переважно солодкий на смак, з певним ароматом, різний за консистенцією і формою.

*Примітка.* Кондитерські вироби ділять на дві основні групи: цукрові та борошняні (ДСТУ 2633).

**4.6 борошняний кондитерський виріб** (Нд борошнистий кондитерський виріб) – кондитерський виріб з борошна переважно з високим вмістом цукру, жиру і яєць (ДСТУ 2633).

**4.7 закупний товар** – товар, що його купує заклад РГ на перепродаж споживачам без кулінарного оброблення.

**4.8 заклад РГ** – організаційно-структурна одиниця у сфері РГ, яка здійснює виробничо-торговельну діяльність: виробляє і (або) доточує, продає і організує споживання продукції власного виробництва і закупних товарів, може організувати дозвілля споживачів.

*Примітка.* Заклад РГ розміщується в окремій капітальній будівлі або спеціально обладнаному приміщенні іншої капітальної або некапітальної споруди виробничих підприємств, установ, навчальних, лікувальних, оздоровчих закладів, готелів, магазинів, закладів культури, або у вагонах залізничного, салонах авіа-, авто- та водного транспорту тощо.

**4.9 підприємство (РГ)** – заклад (сукупність закладів), який є самостійним статутним суб'єктом господарювання, має права юридичної особи і здійснює свою діяльність з метою одержання прибутку.

**4.10 продаж продукції власного виробництва та закупних товарів** – операції з передавання продукції власного виробництва та закупних товарів споживачам за компенсацію або безоплатно, як правило, для споживання на місці або подальшого їх доточування, а також перепродажу.

**4.11 страва** – кулінарний виріб або харчовий продукт у натуральному вигляді, готовий до вживання, порціонований та оформлений для подавання споживачам.

**4.12 кулінарна готовність** – стан кулінарного виробу або страви, якому притаманні заздалегідь задані органолептичні, структурно-механічні, фізико-хімічні, мікробіологічні показники, що роблять його придатним до вживання.

**4.13 кулінарний виріб** – харчовий продукт (сукупність харчових продуктів), доведений до кулінарної готовності, але може вимагати незначного додаткового оброблення (охолодження, розігрівання, порціонування та оформлення).

**4.14 кулінарія** – сукупність різноманітних способів впливу на харчові продукти та сировину з метою приготування кулінарної продукції.

**4.15 кулінарна продукція** – сукупність страв, кулінарних виробів та кулінарних напівфабрикатів.

**4.16 кулінарний напівфабрикат** – харчовий продукт (сукупність харчових продуктів), кулінарне оброблений, але не доведений до кулінарної готовності, який використовується для подальшого виготовлення кулінарних виробів.

**4.17 виробничий процес закладу (РГ)** – сукупність операцій, які забезпечують виробництво кулінарної продукції, булочних і борошняних кондитерських виробів.

**4.18 технологічний процес закладу (РГ)** – сукупність операцій, які забезпечують виробництво кулінарної продукції, булочних і борошняних кондитерських виробів та їх продаж.

**4.19 раціональне харчування** – харчування споживачів, яке організовується з урахуванням фізіологічних потреб у поживних речовинах та встановленого режиму харчування.

**4.20 дієтичне харчування** – харчування споживачів з хронічними захворюваннями з метою запобігання їх розвитку або загостренню та здорових споживачів, схильних до тих чи інших захворювань, з метою профілактики.

**4.21 раціон харчування** – набір рекомендованих страв і кулінарних виробів, скомплектований за видами відповідно вимогам раціонального харчування.

**4.22 добовий раціон харчування** – раціон харчування, що складається із скомплектованих сніданку, обіду, полуденка, вечері.

**4.23 комплексний обід** [сніданок], полуденок, [вечеря] – набір страв і кулінарних виробів, призначених на обід [сніданок, полуденок, вечерю], складений з урахуванням вимог раціонального харчування.

**4.24 якість продукції власного виробництва (РГ)** – сукупність кількісних та якісних характеристик продукції власного виробництва, які стосуються її здатності задовольняти різні вимоги споживача, установлені та передбачувані потреби у поживних речовинах, за умови безпеки споживання для його здоров'я.

**4.25 безпека продукції (РГ)** – відсутність чинників загрози життю, шкоди здоров'ю, майну або довкіллю в процесі готування та споживання продукції РГ.

**4.26 обсяг роздрібного товарообороту (РГ)** – вартісний показник обороту закладів РГ від продажу й відпускання ними продукції власного виробництва і закупних товарів безпосередньо споживачам за певний період часу та на визначену дату.

**4.27 обсяг оптового товарообороту (РГ)** – вартісний показник обороту закладів РГ від продажу та відпускання ними продукції власного виробництва іншим закладам РГ, закладам роздрібною торгівлі, інших сфер діяльності, а також громадянам-підприємцям для подальшого її дотування або перепродажу за певний період часу та на визначену дату.

**4.28 ціна продукції власного виробництва (РГ)** – грошовий вираз вартості витрат закладів РГ, пов'язаних з придбанням сировини, готуванням продукції власного виробництва, її відпусканням та продажем, обслуговуванням споживачів і забезпеченням прибутку.

**4.29 націнка (РГ)** – частина ціни на продукцію власного виробництва і закупні товари, призначена для покривання витрат обігу та утворення прибутків закладів РГ.

**4.30 прибуток (РГ)** – форма чистого доходу, визначеного як різниця між валовим доходом РГ і витратами обігу РГ.

**4.31 витрати обігу (РГ)** – сукупність усіх витрат праці та матеріальних ресурсів, щоб виробити та продати продукцію власного виробництва і закупні товари (крім вартості харчових продуктів, продовольчої сировини, які використано на вироблення продукції власного виробництва та закупних товарів, отриманих за відпускними цінами постачальників)

**4.32 валовий дохід (РГ)** – сума всіх доходів від продажу продукції власного виробництва, закупних товарів та інших видів діяльності закладів РГ.

## **5. ЗАКЛАДИ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ**

**5.1 тип закладу РГ** – сукупність загальних характерних ознак виробничо-торговельної діяльності закладу РГ.

**5.2 клас закладу РГ** – сукупність відмінних ознак закладу певного типу, яка характеризує рівень вимог до продукції власного виробництва і закупних товарів, умов їх споживання, організування обслуговування та дозвілля споживачів.

*Примітка.* За ступенем комфорту, рівнем обслуговування і обсягом надаваних послуг ресторани і бари поділяють на три класи: люкс, вищий і перший.

**5.3 заготівельний цех** – заклад РГ, призначений для централізованого механізованого виробництва кулінарних напівфабрикатів, борошняних кондитерських і булочних виробів та забезпечення ними інших закладів РГ та об'єктів роздрібної торгівлі.

**5.4 спеціалізований заклад РГ** – заклад будь-якого типу з визначеним асортиментом продукції власного виробництва.

**5.5 ресторан** – заклад РГ з різноманітним асортиментом продукції власного виробництва і закупних товарів, високим рівнем обслуговування і комфорту у поєднанні з організуванням відпочинку і дозвілля споживачів:

*Примітка.* «Ресторан» від франц. «restaurants» — укріплювальний, відновлювальний. За часом обслуговування ресторани поділяються на: швидкого обслуговування і звичайні; за методами обслуговування - обслуговування офіціантами і самообслуговування. Розрізняють спеціалізовані ресторани: рибний ресторан, ресторан національної кухні тощо.

**5.6 кафе** – заклад РГ з широким асортиментом страв нескладного приготування, кондитерських виробів і напоїв, в якому застосовують самообслуговування або обслуговування офіціантами.

*Примітка.* Розрізняють спеціалізовані кафе: кафе-кондитерська, кафе-морозиво, кафе-молочне тощо.

**5.7 бар** – заклад РГ, в якому алкогольні, безалкогольні, змішані напої та страви до них і закупні товари продають через барну стойку.

*Примітка.* Розрізняють спеціалізовані бари: винний, пивний, молочний, вітамінний, коктейль-бар тощо.

**5.8 закуочна; шинок** – заклад РГ самообслуговування, де переважає асортимент гарячих і холодних закусок, страв нескладного приготування, призначений для швидкого обслуговування споживачів.

*Примітка.* Розрізняють спеціалізовані закуочні: «Галушки», «Куліш», «Деруни», «Сосиски», «Млинці», «Пиріжки», «Чебуреки», «Шашлики»,

«Вареники», «Пельмені», «Піцерія» тощо.

**5.9 їдальня** – заклад РГ для обслуговування певного контингенту споживачів з різноманітним асортиментом продукції власного виробництва і закупнних товарів, в якому страви можуть надавати у вигляді скомплектованих раціонів харчування.

*Примітка.* Функціонує, як правило, за місцем роботи споживачів, у навчальних закладах, військових підрозділах, лікувальних та оздоровчих закладах, відділеннях лікарень, закладах соціальної підтримки малозабезпечених верств населення тощо. В їдальнях можуть функціонувати зали оздоровчого, лікувального та лікувально-профілактичного призначення. В якості спеціалізованих їдалень розрізняють дієтичні їдальні.

**5.10 дієтична їдальня** – різновид їдальні з асортиментом страв дієтичного харчування.

**5.11 їдальня-роздавальня** – різновид їдальні з функціями відпускання виготовлених та скомплектованих іншими закладами ГХ обідів, сніданків, вечерь, а також продажу закупнних товарів.

*Примітка.* Функціює, як правило, у відділеннях лікарень, навчальних закладах, за місцем роботи споживачів, в інших місцях.

**5.12 кафетерій** – заклад РГ самообслуговування з асортиментом страв нескладного приготування і напоїв, торговельна зала якого обладнана торговельно-технологічним устаткуванням, призначеним для роздавання їжі.

*Примітка.* У навчальних закладах, установах, промислових підприємствах, об'єктах роздрібної торгівлі тощо кафетерій організує споживання, як правило, через кафетерійну стойку.

**5.13 буфет** – заклад РГ з обмеженим асортиментом готових страв і напоїв, розміщений у спеціально обладнаному приміщенні, де їжу споживають, як правило, стоячи чи продають на винос.

**5.14 магазин кулінарних виробів** – заклад РГ, який продає кулінарну продукцію, напівфабрикати, булочки і кондитерські вироби, а також деякі інші продовольчі товари.

**5.15 мережа закладів** (РГ) – сукупність закладів РГ усіх форм власності, розташованих у певній адміністративно-територіальній одиниці (державі, області, місті, районі).

## **6. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНА БАЗА**

**6.1 виробниче приміщення** – приміщення, де здійснюється процес виробництва кулінарної продукції, булочних і борошняних кондитерських виробів.

**6.2 торговельне приміщення** – приміщення (торговельна зала, банкетна зала, коктейль-хол), обладнане меблями для прийому їжі, а також магазин кулінарії, роздавальня.

**6.3 роздавальня** – спеціально обладнане приміщення, частина торговельної зали або виробничого приміщення закладу РГ для комплектування та відпускання страв споживачам або офіціантам.

**6.4 торговельна зала закладу** (РГ) – спеціально обладнане приміщення закладу РГ, призначене для продажу та споживання продукції власного виробництва та закупнних товарів.

**6.5 місткість торговельної зали** – спроможність торговельної зали одночасно вміщувати передбачену кількість споживачів, яка виражена числом місць.

**6.6 місце (РГ)** – частина площі зали, обладнана відповідно до нормативів щодо обслуговування одного споживача.

**6.7 обіговість місць** – кратність використання місць за певний проміжок часу.

**6.8 обладнання закладу (РГ)** – різноманітні апарати, пристрої, прилади для приготування і відпускання, а також зберігання і транспортування кулінарної продукції та сировини.

**6.9 меню** – систематизований перелік страв, кулінарних, борошняних кондитерських, булочних виробів та напоїв, який пропонують споживачам у закладах РГ, де зазначено їх вихід, ціну та номер рецептури.

**6.10 преїскурант (РГ)** – систематизований перелік алкогольних і безалкогольних напоїв, кондитерських і тютюнових виробів, фруктів, який пропонують споживачам у закладах РГ, з обов'язковим зазначенням маси, об'єму і ціни на відповідну одиницю продукту.

**6.11 сервування** – розміщування у певному порядку та послідовності на столі предметів сервування.

**6.12 предмет сервування** – порцеляновий, фаянсовий, кришталевий, скляний та інші види посуду, металеві основні та допоміжні столові набори, серветки, квіти та ін.

**6.13 основний столовий набір** – набір із ложки, виделки та ножа або виделки та ножа, які призначені для приймання їжі.

**6.14 допоміжні столові набори** – набори або окремі предмети, які призначені для порціювання кулінарних та кондитерських виробів, нарізання окремих продуктів та змішування напоїв тощо.

**6.15 функційна місткість** – металевий посуд єдиного модуля для заповнювання кулінарними напівфабрикатами та напівфабрикатами високого ступеня готовності для їх транспортування, теплового оброблення та подавання у роздавальню.

## **7. ТЕХНОЛОГІЯ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ**

**7.1 кулінарне оброблення** – сукупність різноманітних способів оброблення харчових продуктів для надання їм властивостей, необхідних для подальшого оброблення та/чи вживання.

**7.2 механічне оброблення** – оброблення харчових продуктів механічними засобами з метою приготування кулінарної продукції, булочних і борошняних кондитерських виробів.

**7.3 хімічне оброблення** – оброблення харчових продуктів хімічними речовинами з метою приготування кулінарної продукції, борошняних кондитерських і булочних виробів.

**7.4 чищення** – сукупність способів механічного чи інших видів оброблення, за допомогою яких видаляється неїстівний поверхневий шар продукту – шкірочка, шкірка, лущиння, шкаралупа, чашолистки, плодоніжки (плодоовочева продукція), луска (риба).

**7.5 дочищення** – відділення від плодоовочевої продукції після її чищення очок, решток шкірочки і лущиння.

**7.6 миття** – видалення з поверхні продуктів за допомогою води бруду, домішок, отрутохімікатів та мікрофлори.

**7.7 вичищення** – механічне оброблення харчових продуктів з метою видалення решток внутрішніх органів і темної плівки, що вистилає черевну порожнину (птиця, риба), грубого сухожилля і поверхневої плівки (м'ясо) та інших неїстівних складових.

**7.8 нарізання** – розділення сировини, напівфабрикатів та готових виробів на частини певної форми і розміру за допомогою різального інструмента або механізму.

**7.9 шаткування** – нарізування овочів на дрібні вузькі брускочки, палички чи тонкі вузькі смужки.

**7.10 порціонування** – ручне або механічне розділення кулінарних виробів на страви певної маси або об'єму.

**7.11 панірування** – механічне кулінарне оброблення, яке полягає в нанесенні на поверхню напівфабриката паніровки (борошна, сухарної крихти, нарізаного пшеничного хліба тощо).

**7.12 маринування** – хімічне кулінарне оброблення, яке полягає у витримуванні продуктів у розчинах харчових органічних кислот для надання готовим виробам специфічного смаку, духмяності та густоти (консистенції), а також розм'якшування сполучальних тканин м'яса і риби.

**7.13 збивання** – механічне кулінарне оброблення, яке полягає в інтенсивному перемішуванні одного чи декількох продуктів до досягнення ними стійкої пористо-плівкової дисперсної системи.

**7.14 протирання** – механічне або ручне кулінарне оброблення, яке полягає в подрібнюванні продукту для надання йому однорідної густоти (консистенції).

**7.15 фарширування** – механічне кулінарне оброблення, яке полягає в наповнюванні фаршем спеціально підготовлених продуктів.

**7.16 шпигування** – механічне кулінарне оброблення, яке полягає у введенні овочів чи інших продуктів, передбачених рецептурою, у спеціальні надрізи в шматочках м'яса, тушках птиці або риби, для надання їм певних смакових властивостей.

**7.17 розпушування** – механічне та хімічне кулінарне оброблення, яке полягає у частковому руйнуванні структури сполучальних тканин для прискорення процесу теплового оброблення.

**7.18 теплове оброблення** – сукупність способів кулінарного оброблення харчових продуктів з метою доведення їх до потрібного ступеня кулінарної готовності, що полягає у впливі на них теплової енергії.

**7.19 варіння** – теплове кулінарне оброблення, коли продукти доводять до стану кулінарної готовності з повним або частковим зануренням у воду чи іншу рідину (молоко, бульйон тощо) або у водяній парі чи у полі надвисокої частоти.

**7.20 смаження** [жарення] – теплове кулінарне оброблення продуктів або сировини на жирі [без жиру], що дає змогу довести їх до кулінарної готовності за температури, яка забезпечує утворення на їх поверхні специфічної скоринки.

**7.21 обсмажування** – короткочасне смаження продуктів без доведення їх до кулінарної готовності для надання готовим виробам певних органолептичних властивостей.

**7.22 пасерування** – короткочасне смаження продуктів для екстрагування духмяних та барвних речовин перед наступним тепловим оброблянням.

**7.23 тушкування** – спосіб теплового обробляння окремих видів продуктів або їх сумішей без додавання чи з додаванням невеликої кількості рідини (вода, бульйон, соус тощо) зі спеціями, духмяним корінням, харчовими кислотами та ін.

**7.24 запікання** – спосіб теплового обробляння продуктів або їх сумішей у тепловій камері до утворення на поверхні виробу специфічної скоринки.

**7.25 розігрівання страв** [кулінарних виробів] – теплове кулінарне обробляння заморожених або охолоджених страв [кулінарних виробів] натуральних чи з додаванням рідини з доведенням їх до кулінарної готовності.

**7.26 термостатування страв; теплоутримування страв** – зберігання заданої температури страв у роздавальні або під час доставляння їх до місця споживання.

**7.27 охолодження кулінарної продукції** – спосіб, який полягає у зниженні температури кулінарної продукції для надання їй певних органолептичних властивостей (драгли, желе тощо) та зберігання для подальшого використання.

**7.28 випікання** – теплове обробляння тістової заготовки з метою приготування булочних та кондитерських виробів або кондитерських напівфабрикатів.

**7.29 кондитерський напівфабрикат** – продукт, отриманий з окремих видів основної та додаткової сировини, що вимагає подальшого обробляння для перетворення його в готовий кондитерський виріб (ДСТУ 2633).

**7.30 випечений напівфабрикат** (Нд *основний напівфабрикат*) – кондитерський напівфабрикат після випікання тістової заготовки (ДСТУ 2633).

**7.31 напівфабрикат для оздоблювання** – кондитерський напівфабрикат, що використовується для прошарування і прикрашання кондитерських виробів. *Примітка.* До оздоблювальних напівфабрикатів належать: крем, горіхи, цукати, фрукти, цукрова пудра (ДСТУ 2633).

**7.32 оздоблювання борошняних кондитерських виробів** – сукупність способів художнього оформлення борошняних кондитерських виробів з використанням оздоблювальних напівфабрикатів.

**7.33 пряження** – теплове кулінарне обробляння молочних продуктів, що дає змогу довести їх до кулінарної готовності за температури, яка забезпечує набуття ними специфічного смаку і кольору у всьому об'ємі.

## **8. КУЛІНАРНА ПРОДУКЦІЯ ТА ЇЇ ВИДИ**

**8.1 напівфабрикат високого ступеня готовності** – кулінарний напівфабрикат, з якого внаслідок мінімально необхідних технологічних операцій одержують страви або кулінарні вироби.

**8.2 охолодна страва** [кулінарний виріб] – страва [кулінарний виріб], яка підлягає швидкому охолодженню до температур, що дозволяють збільшити термін її зберігання.

**8.3 замовна страва** – страва, що потребує окремого приготування та оформлення згідно з замовленням споживача.

**8.4 фірмова страва** [кулінарний, борошняний кондитерський виріб] – страва [кулінарний, борошняний кондитерський виріб], яку готують у конкретному закладі РГ за оригінальною авторською рецептурою із присвоєнням їй фірмової



назви, на яку розповсюджується право захисту інтелектуальної власності.

**8.5 банкетна страва** – страва з оригінальним оформленням, яку готують для урочистих подій.

**8.6 основний складник страви; основний компонент страви** – головний харчовий продукт, що входить до складу страви і визначає її вид.

*Примітка.* За основним складником розрізняють м'ясні, рибні, овочеві та інші страви.

**8.7 рецептура страви** [кулінарного виробу] – перелік продуктів, необхідних для готування страви [кулінарного виробу] із зазначенням маси продуктів, виходу страви [кулінарного виробу] та стислим описом технології готування.

**8.8 вихід страви** [кулінарного виробу] – маса страви [кулінарного виробу], яку встановлюють, враховуючи відходи і виробничі втрати (приріст) в процесі кулінарного оброблення продуктів, що входять до її складу.

**8.9 відходи кулінарного оброблення** – харчові та технічні залишки, які утворюються в процесі механічного кулінарного оброблення.

**8.10 втрати** [приріст] від кулінарного оброблення – зменшення [збільшення] маси продукту в процесі кулінарного оброблення, яке визначають зважуванням продукту до і після оброблення. *Примітка.* У ці втрати не включають зменшення маси продукту через відходи.

**8.11 бутерброд; канапка** – кулінарний виріб, який складається із одної чи двох скибок хліба з накладеними чи намащеними на них різними продуктами відповідно до рецептури.

*Примітка.* Бутерброди бувають відкриті та закриті.

**8.12 закуска** – страва, яку подають споживачеві на початку вживання їжі, що сприяє збудженню апетиту.

**8.13 суп; юшка** – рідка або напіврідка страва, приготовлена на бульйонах, відварах, квасі, молоці чи молокопродуктах з додаванням або без додавання різноманітних складників.

**8.14 гарнір** – складник (овочевий, плодоягідний, круп'яний або борошняний) холодної або гарячої страви із м'яса, птиці, риби.

**8.15 соус** – складник страви різної густоти (консистенції), який використовують у процесі готування страви або подають до готової страви для покращення її смаку і духмяності.

*Примітка.* Деякі соуси подаються як окремі страви.

**8.16 солодка страва** – страва, яку готують переважно з плодово-ягідної сировини, молока та молочних продуктів з додаванням цукру, яєць, драглівних, смакових та духмяних речовин.

**8.17 напій** – різновид кулінарного виробу рідкої консистенції, який готують з плодово-ягідної сировини, молока та молочних продуктів, шоколаду, смакових товарів (чаю, кави, какао) тощо.

**8.18 печиво** – борошняний кондитерський виріб крихкої структури, переважно з використанням хімічних розпушувачів (ДСТУ 2633).

**8.19 тістечко** – борошняний кондитерський виріб з випечених і оздоблювальних напівфабрикатів різноманітної форми (ДСТУ 2633).

**8.20 торт** – борошняний кондитерський виріб, що відрізняється від тістечок більшим розміром та складнішим художнім оздобленням (ДСТУ 2633).

**8.21 перепічка** – кулінарний виріб з дріжджового тіста у вигляді коржа круглої форми, який випікається на сковороді, намащений жиром.

**8.22 крутон** – кулінарний виріб з несолодкого прісного листового тіста, випечений у вигляді гофрованого коржа овальної форми для приготування страв.

**8.23 тарталетка** – кулінарний виріб з несолодкого прісного тіста, випечений у вигляді кошика для приготування закусок.

**8.24 волован** – кулінарний виріб з прісного листового тіста, випечений у вигляді двох гофрованих коржів овальної або круглої форми з виїмкою всередині, для приготування закусок.

**8.25 профітролі** – випечені дрібні кульки із заварного тіста.

**8.26 пампушка** – кулінарний виріб з дріжджового тіста, випечений у вигляді невеликих булочок, який подають до перших страв або як самостійну страву.

**8.27 грінка** – шматочок хліба певної форми та розміру, підсушений або обсмажений у жирі.

**8.28 котлетна маса** – суміш подрібнених овочів, м'якоти м'яса, птиці або риби з додаванням інших продуктів (хліба, яєць, цибулі, часнику тощо) відповідно до рецептури.

**8.29 кнельна маса** – суміш подрібненої, протертої та збитої м'якоти м'яса, птиці або риби з додаванням інших продуктів (молока, вершків, білків яєць, масла вершкового, спецій тощо) відповідно до рецептури.

**8.30 фарш** – кулінарний напівфабрикат із одного або декількох видів сировини, отриманий подрібненням продуктів, які попередньо можуть підлягати тепловому оброблянню.

**8.31 кляр** – рідке тісто з додаванням збитих білків яєць, у яке занурюють шматочки продукту перед смаженням на жирі.

**8.32 льезон** – суміш сирих яєць (меланжу або яєчного порошку), молока, вершків або води, солі, спецій в певному співвідношенні, яку застосовують виготовляючи кулінарні напівфабрикати і вироби.

## Додаток Б

### НАЦІОНАЛЬНИЙ СТАНДАРТ УКРАЇНИ Зклади ресторанного господарства. Класифікація ДСТУ 4281:2004

#### 1. СФЕРА ЗАСТОСУВАННЯ

Цей стандарт поширюється на сферу ресторанного господарства (РГ).

#### 2. НОРМАТИВНІ ПОСИЛАННЯ

У цьому стандарті є посилання на низку стандартів [4 у списку літератури].

#### 3. ТЕРМІНИ ТА ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТЬ

У цьому стандарті терміни та визначення вжито у такому значенні:

**3.1 ресторанне господарство; РГ** – вид економічної діяльності суб'єктів господарської діяльності щодо надавання послуг відносно задоволення потреб споживачів у харчуванні з організуванням дозвілля або без нього.

Примітка. Суб'єкти господарської діяльності здійснюють діяльність у ресторанному господарстві через заклади РГ (ДСТУ 3862).

**3.2 заклад РГ** – організаційно-структурна одиниця у сфері РГ, яка здійснює виробничо-торговельну діяльність: виробляє і (або) доготовляє, продає і організує споживання продукції власного виробництва і закупних товарів, може організувати дозвілля споживачів.

*Примітка.* Заклад РГ розміщується в окремій капітальній будівлі або спеціально обладнаному приміщенні іншої капітальної або некапітальної споруди виробничих підприємств, установ, навчальних, лікувальних, оздоровчих закладів, готелів, магазинів, закладів культури, або у вагонах залізничного, салонах авіа-, авто- та водного транспорту тощо (ДСТУ 3862).

**3.3 тип закладу РГ** – сукупність загальних характерних ознак виробничо-торговельної діяльності закладу РГ (ДСТУ 3862).

**3.4 клас закладу РГ** – сукупність відмінних ознак закладу РГ певного типу, яка характеризує рівень вимог до продукції власного виробництва і закупних товарів, умов їх споживання, організації обслуговування й дозвілля споживачів.

*Примітка.* За ступенем комфорту, рівнем обслуговування і обсягом надаваних послуг ресторани і бари поділяють на три класи: люкс, вищий і перший (ДСТУ 3862).

**3.5 повносервісний заклад РГ** – різновид закладу РГ з обслуговуванням офіціантами та значною часткою фірмових та замовних страв і (або) напоїв у продукції власного виробництва. *Примітка.* Повносервісними можуть бути, як правило, ресторани, бари, кафе.

**3.6 заклад швидкого обслуговування РГ** – різновид закладу РГ, де застосовують метод самообслуговування і пропонують обмежений асортимент продукції, що прискорює процес обслуговування.

**3.7 майдан харчування РГ** – комплекс закладів РГ швидкого обслуговування, що мають загальну торговельну залу.

**3.8 заклад РГ-клуб** – різновид закладу РГ, на базі якого працює клуб, що об'єднує споживачів за інтересами та особливостями смаків.

*Примітка.* Заклади РГ — клуби: клуб любителів чаю тощо.

**3.9 загальнодоступний заклад РГ** – заклад РГ, продукцію та послуги в якому може одержати будь-який споживач.

**3.10 закритий заклад РГ** – заклад РГ, продукцію та послуги в якому може одержати певний контингент споживачів.

*Примітка.* Закриті заклади РГ можуть організувати харчування особистого складу збройних сил, у вищих, професійно-технічних, загальноосвітніх навчальних закладах, на промислових підприємствах тощо.

**3.11 ресторан** – заклад РГ з різноманітним асортиментом продукції власного виробництва і закупних товарів, високим рівнем обслуговування і комфорту у поєднанні з організуванням відпочинку і дозвілля споживачів.

*Примітка.* «Ресторан» від франц. «restorantes» — укріплювальний, відновлювальний.

За часом обслуговування ресторани поділяють на: швидкого обслуговування і звичайні; за методами обслуговування — обслуговування офіціантами і самообслуговування.

Розрізняють спеціалізовані ресторани: рибний ресторан, ресторан національної кухні тощо (ДСТУ 3862).

**3.12 ресторан-бар** – різновид ресторану, до складу якого належить бар, торговельна зала якого суміжна з торговельною залою ресторану або барна стойка розміщена в торговельній залі ресторану.

**3.13 кафе** – заклад РГ із широким асортиментом страв нескладного готування, кондитерських виробів і напоїв, в якому застосовують самообслуговування або обслуговування офіціантами.

*Примітка.* Розрізняють спеціалізовані кафе: кафе-кондитерська, кафе-морозиво, кафе-молочне тощо (ДСТУ 3862).

**3.14 кав'ярня** – різновид кафе з різноманітним асортиментом кави.

**3.15 кафе-бар** – різновид кафе, до складу якого входить бар, торговельна зала якого суміжна з торговельною залою кафе або барна стойка розміщена в торговельній залі кафе

**3.16 кафе-пекарня** – різновид кафе, відмінною ознакою якого є виробництво і продаж хлібобулочних і борошняних кондитерських виробів на місці.

**3.17 чайний салон** – різновид кафе з широким асортиментом чаю, де можна продавати кондитерські, булочки та борошняні кулінарні вироби.

**3.18 кафетерій** – заклад РГ самообслуговування з асортиментом страв нескладного готування і напоїв, торговельна зала якого обладнана торговельно-технологічним устаткуванням, призначеним для роздавання їжі.

*Примітка.* У навчальних закладах, установах, промислових підприємствах, об'єктах роздрібної торгівлі тощо кафетерій організує споживання, як правило, через кафетерійну стойку (ДСТУ 3862).

**3.19 закуочна; шинок** – заклад РГ самообслуговування, де переважає асортимент гарячих і холодних закусок, страв нескладного готування, призначений для швидкого обслуговування споживачів.

*Примітка.* Розрізняють спеціалізовані закуочні: «Галушки», «Куліш», «Деруни», «Сосиски», «Млинці», «Пиріжки», «Чебуреки», «Шашлики», «Вареники», «Пельмені», «Піцерія» тощо (ДСТУ 3862.)

**3.20 бар** – заклад РГ, в якому алкогольні, безалкогольні, змішані напої та страви до них і закупні товари продають через барну стойку.

*Примітка.* Розрізняють спеціалізовані бари: винний, пивний, молочний, вітамінний, коктейль-бар тощо (ДСТУ 3862).

**3.21 нічний клуб** – різновид бару або ресторану, який працює переважно в нічні години, з організуванням різноманітних видовищ і розважально-танцювальних програм із музичним супроводом.

*Примітка.* Розрізняють нічні клуби з послугами дозвілля: кабаре, більярд, диско тощо.

**3.22 пивна зала** – різновид бару чи ресторану з широким асортиментом пива.

**3.23 їдальня** – заклад РГ для обслуговування певного контингенту споживачів із різноманітним асортиментом продукції власного виробництва і закупних товарів, в якому страви можуть надавати у вигляді скомплектованих раціонів харчування.

*Примітка.* Функціює, як правило, за місцем роботи споживачів, у навчальних закладах, військових підрозділах, лікувальних та оздоровчих закладах, відділеннях лікарень, закладах соціальної підтримки малозабезпечених верств населення тощо. В їдальнях можуть функціювати зали оздоровчої, лікувальної та лікувально-профілактичної призначеності. В якості спеціалізованих їдалень розрізняють дієтичні їдальні (ДСТУ 3862).

**3.24 буфет** – заклад РГ із обмеженим асортиментом готових страв і напоїв, розміщений у спеціально обладнаному приміщенні, де їжу споживають, як правило, стоячи чи продають на вилос (ДСТУ 3862).

**3.25 фабрика-заготівельня** – заклад РГ, призначений для механізованого виробництва власної продукції та централізованого забезпечування нею інших закладів РГ та об'єктів роздрібної торгівлі.

**3.26 фабрика-кухня** – заклад РГ, призначений централізовано готувати і постачати готову до споживання їжу в різні місця.

**3.27 домова кухня** – заклад РГ, призначений виготовляти продукцію власного виробництва і продавати її домашнім господарствам.

*Примітка.* Приймає від споживачів замовлення на кулінарну продукцію, булочки і борошняні кондитерські вироби, організує консультації з питань готування їжі, може організувати споживання їжі на місці.

**3.28 ресторан за спеціальними замовленнями (catering)** – заклад РГ, призначений готувати і постачати готову їжу та організувати обслуговування споживачів в інших місцях за спеціальними замовленнями.

*Примітка.* Такі заклади можуть обслуговувати банкетні, фірмові прийоми, ділові зустрічі, весілля та інші свята у залах, офісах, на природі, під тентами тощо.

#### **4. КЛАСИФІКАЦІЯ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

Класифікація закладів РГ базується на комплексі вимог до:

- асортименту продукції;
- рівня обслуговування і надаваних послуг.

Заклади ресторанного господарства поділяють на такі групи:

**4.1 Продаж їжі і напоїв, як правило, призначених для споживання на місці з показуванням розважальних вистав або без них.** Ця група охоплює:

4.1.1 **ресторан**

4.1.1.1 **ресторан-бар**

4.1.2 **кафе**

4.1.2.1 **кав'ярню**

4.1.2.2 **кафе-бар**

4.1.2.3 **кафе-пекарню**

4.1.2.4 **чайний салон**

4.1.3 **кафетерій**

4.1.4 **закусочну; шинок**

**4.2 Продаж напоїв і страв до них, як правило, призначених для споживання на місці, з показуванням розважальних вистав або без них.** Ця група охоплює:

4.2.1 **бар**

4.2.1.1 **нічний клуб**

4.2.1.2 **пивну залу**

**4.3 Продаж їжі і напоїв для споживачів, об'єднаних за професійними ознаками.** Ця група охоплює:

4.3.1 **їдальню**

4.3.2 **буфет**

**4.4 Постачання їжі, приготованої централізовано, для споживання в інших місцях.** Ця група охоплює:

4.4.1 **фабрику-заготівельню**

4.4.2 *фабрику-кухню*

4.4.3 *домову кухню*

4.4.4 *ресторан за спеціальними замовленнями (catering).*

## **5. ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ ДО ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

**5.1** Вимоги до закладів РГ визначають відповідно до таких характеристик:

- місце розташування закладу і стан прилеглої території;
- вид, тип та особливості будівлі;
- комфортність, зовнішній і внутрішній дизайн приміщення;
- рівень оснащення закладів устаткуванням, меблями, посудом, столовими приборами, столовою білизною;
- процес обслуговування;
- асортимент продукції і вимоги до оформлення меню, преїскуранту і карти вин;
- освітньо-кваліфікаційний рівень персоналу;
- номенклатура додаткових послуг.

**5.2** У всіх закладах РГ має бути передбачено відповідність вимогам щодо безпеки життя і здоров'я споживачів, згідно з [1], [2] та ГОСТ 12.1.004, ГОСТ 12.1.005, ГОСТ 12.1.010 та ГОСТ 12.1.019.

**5.3** У всіх закладах РГ має бути передбачено надання змоги інвалідам пересуватися у візках.

**5.4** Відповідно до свого типу у закладах РГ має бути передбачено наявність необхідних виробничих, торговельних та побутових приміщень згідно з СанПин № 42-123-4117, СанПин № 42-123-5777, ГОСТ 12.1.004, ГОСТ 12.1.005, ГОСТ 12.1.019 та ГОСТ 17.2.3.02.

**5.5** Відповідно до типу в закладах РГ має бути передбачено наявність необхідного устаткування для готування та продажу їжі згідно з Рекомендованими нормами [3].

**5.6** Склад і площі приміщень закладів РГ передбачено привести у відповідність із вимогами, передбаченими ДБН В.2.2-9; ДБН В.2.2-3.

**5.7** Відповідно до типу і класу закладу РГ має бути передбачено наявність достатньої кількості столового посуду, приборів та столової білизни згідно з СанПин № 42-123-5777.

**5.8** Професійно-кваліфікаційний склад працівників виробництва і обслуговувального персоналу має забезпечувати виконання вимог згідно з Довідником [4].

**5.9** Інформацію про тип і клас закладу, належність, режим його роботи треба розмішувати на фасаді приміщення.

## **6. ХАРАКТЕРИСТИКА СТРУКТУРНО-ФУНКЦІЙНИХ ПАРАМЕТРІВ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА РІЗНИХ ТИПІВ І КЛАСІВ**

**6.1** Рекомендовані відмінні вимоги до закладів РГ основних типів наведено в таблиці 1.

**6.2** Номенклатуру додаткових послуг, що їх надають заклади РГ, подано в таблиці 2.

**6.3** Вимоги щодо складу приміщень для споживачів у закладах РГ основних типів і класів подано в таблиці 3.

**6.4** Вимоги щодо норми мінімальної площі на одне місце в залі у деяких

закладах РГ подано в таблиці 4.

6.5 Різновиди закладів РГ, представлені у Міжнародному стандарті галузевої класифікації видів економічної діяльності (ISIC) ООН (код 5520) [5], подано в таблиці 5.

**Таблиця 1**

*Рекомендовані відмінні вимоги до закладів ресторанного господарства основних типів і класів*

Показники, що характеризують заклади ресторанного господарства	Тип закладу РГ											
	Ресторан			Бар			Кафе	Кафетерій	Закусочна	їдальня	Буфет	
	люкс	вищий	перший	люкс	вищий	перший						
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
<b>1. Місце розташування закладу і стану прилеглої території:</b>												
- самостійна будівля або будівля, яка входить до складу торговельного центру, готелю тощо, побудована чи реконструйована за індивідуальним проектом	X	X		X								
- будівля побудована чи реконструйована за повторним або типовим проектом			X		X	X	X	X	X	X		
- під'їзні шляхи, підходи до входу в заклад зручні, забезпечені довідково-інформаційними покажчиками, вся прилегла територія впорядкована, декоративно оформлена, озеленена, добре обладнана, ввечері штучно освітлена <sup>1</sup>	X	X	X	X	X		X					
- крипа охоронна стоянка для легкових автомобілів відвідувачів із зоною обслуговування поряд із закладом	X			X								
- стоянка для легкових автомобілів відвідувачів із зоною обслуговування розташована поряд із закладом		X			X							

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
- паркування легкових автомобілів відвідувачів поряд із закладом			X			X	X		X	X	
- можливості для паркування автомобілів на незначній відстані від закладу								X			X
<b>2. Вид, тип та особливості будівлі: капітальна будівля</b>	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
- капітальна або некапітальна будівля											X
- будівля має унікальне сучасне або оригінальне архітектурно-планувальне рішення	X	X		X	X						
<b>3. Комфортність внутрішнього і зовнішнього дизайну приміщень:</b>											
- над входом вивіска з оригінальними декоративними елементами оформлення, з емблемою закладу, вказівкою типу і назви закладу	X	X		X	X						
- центральний вхід забезпечує одночасний рух зустрічних потоків відвідувачів і має повітряно-тепловий захист	X	X	X	X	X	X	X	X			
- кондиціонування повітря з автоматичним підтриманням оптимальних режимів температури та вологості <sup>1</sup>	X	X		X	X		X				
- системи вентилявання			X			X	X	X	X	X	X
- архітектурно-художнє оформлення приміщень закладу	X	X	X	X	X	X	X		X	X	
- унікальний внутрішній і зовнішній дизайн приміщення	X			X							
- високофункційні торговельні та виробничі приміщення	X	X	X	X							



1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
- створення зручностей і затишку на основі виділення окремих зон за допомогою архітектурно-конструкторських і декоративних елементів інтер'єру	X	X		X	X						
- створення атмосфери, сприятливої для дозвілля і відпочинку за допомогою декоративного озеленення, художніх композицій, кольорової гами, освітлювання тощо	X	X	X	X	X	X	X				
- наявність естрадного і (або) танцювального майданчика	X	X	X	X							
- декоративне озеленення									X	X	
<b>4. Оснащеність закладу устаткуванням, меблями, посудом, столовими приборами, білизною:</b>											
- автоматизована система керування закладом	X			X							
- сучасне технологічне устаткування	X	X		X	X						
- меблі з вишуканим дизайном	X			X							
- меблі підвищеної комфортності, відповідають інтер'єру приміщень	X	X		X	X						
- меблі стандартні та зручні, відповідають інтер'єру приміщень			X			X	X	X	X	X	X
- високоякісні столовий посуд і прибори	X	X		X	X						
- столова білизна (скатерки і серветки) виготовлена на замовлення	X	X		X	X						
<b>5. Процес обслуговування:</b>											
- обслуговування офіціантами <sup>2</sup>	X	X	X	X	X	X	X			X	
- самообслуговування			X			X	X	X	X	X	X

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
- накривання столів за попереднім замовленням <sup>3</sup>	X	X	X	X			X				
- чітке дотримання стильової єдності сервірування столів	X	X		X							
- впровадження дисконтних, передоплатних пластикових карт, Інтернет-технології	X	X		X	X						
<b>6. Рівень сервісу:</b>											
- «відмінний»	X			X							
- «вище доброго»		X			X		X				
- «добрий»			X			X	X	X	X	X	X
- наявність живої музики	X			X							
<b>7. Асортимент продукції та вимог до оформлення меню, прейскуранту і карти вин:</b>											
- асортимент широкий, різноманітний	X	X									
- асортимент обмежений, специфічний									X		X
- меню і карта вин або меню і прейскурант художньо оформлені <sup>1</sup>	X	X	X	X	X		X				
<i>меню складено:</i>											
- українською та декількома іноземними мовами	X			X							
- українською та англійською мовами <sup>1</sup>		X			X		X				
- українською або українською і російською мовами			X			X	X	X	X	X	X
- наявність карти вин <sup>4</sup>	X	X		X	X						
<b>8 Освітньо-кваліфікаційний рівень персоналу:</b>											
- досконале володіння правилами і технікою обслуговування	X	X		X	X						
- знання порядку розрахунків за кредитними картками та іноземною валютою	X			X							

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
- знання і дотримання правил міжнародного етикету, техніки і специфіки обслуговування іноземних споживачів, володіння кількома іноземними мовами в обсягах, необхідних для виконання своїх обов'язків	X			X							
- знання особливостей технології готування, оформлювання та подавання національних, фірмових і замовних страв іноземних кухонь	X	X		X	X						
<p><sup>1</sup> У тих закладах РГ типу «кафе», де використовують метод обслуговування офіціантами.</p> <p><sup>2</sup> Обслуговувати офіціантами можна у закладах РГ типу «їдальня» для офіцерського складу збройних сил, професорсько-викладацьких колективів у вищих навчальних закладах тощо.</p> <p><sup>3</sup> У тих ресторанах першого класу і кафе, де використовують метод обслуговування офіціантами.</p> <p><sup>4</sup> У закладах РГ, що продають і організують споживання алкогольних напоїв.</p>											

**Таблиця 2**

*Номенклатура додаткових послуг, які надають заклади ресторанного господарства*

Додаткові послуги	Тип закладу РГ						
	Ресторан	Бар	Кафе	Кафетерій	Закусочна	їдальня	Буфет
Бронювання місць	X	X	X				
Банкомати	X	X					
Пункти обміну валют	X	X					
Розрахунки за кредитними картками	X	X					
Дисконтні картки	X	X					
Міські телефони-автомати	X	X	X	X	X	X	
Міжміські телефони-автомати	X	X					
Супутникове телебачення	X	X	X				
Інтернет	X	X	X				
Факс	X						

Продаж сувенірів, преси, аудіокасет тощо	X						
Продаж живих і штучних квітів	X	X					
Комплектування і пакування сувенірів, квітів тощо	X						
Виклик таксі і (або) транспортні послуги закладу (автопостачання)	X	X					
Чищення одягу	X	X					
Дрібне лагодження одягу	X						
Чищення взуття	X	X					
Лагодження взуття	X						
Камера схову	X						
Сейф	X	X					
Медичні послуги (медичний пункт)	X	X				X	
Фотопослуги	X						
Ігрові автомати, азартні ігри	X	X					
Більярд, дартс, боулінг, міні-гольф тощо	X	X	X				
Організування вистав	X	X					
Дискотека	X	X	X				
Музика	X	X	X		X	X	X
Доглядання дітей	X		X				
Доглядання домашніх тварин	X						
Обслуговування в автомобілях	X		X		X		
Організування проведення конференцій, семінарів тощо (конференц-зал)	X						
Організування бізнес-ланчів	X		X				
Постачання їжі, напоїв з обслуговуванням	X	X	X				
Організування бенкетів	X		X		X	X	
Продаж продукції на вивіз	X	X	X	X	X	X	X
Організування відкритого майданчика для харчування	X	X	X		X		X

Таблиця 3

Вимоги до складу приміщень для споживачів у закладах ресторанного господарства основних типів і класів

Приміщення для споживачів	Типи закладів РГ								
	Ресторан			Бар			Кафе	Їдальня	Закусочна, кафетерій
	Клас								
	люкс	вищий	перший	люкс	вищий	перший			
Вестибюль	О	О	О	О	О	НО	НО*	О	НО
Гардероб	О	О	НО	О	НО	НО	НО*	НО	НО
Облаштоване місце для зберігання верхнього одягу	—	—	О	—	О	О	О	О	О
Зала	О	О	О	О	О	О	О	О	О
Банкетна зала	О	НО	НО	НО	—	—	НО	—	—
Чоловіча туалетна кімната з приміщенням для миття рук	О	О	О	О	О	НО	НО*	О	НО
Жіноча туалетна кімната з приміщенням для миття рук	О	О	О	О	О	НО	НО*	О	НО
Туалетна кімната з приміщенням для миття рук	—	—	—	—	—	О	О	—	О

*Примітка:*  
 О – наявність приміщення — обов'язкова;  
 НО – наявність приміщення — не обов'язкова;  
 — – згідно з нормами наявність приміщення не передбачена у закладі РГ даного типу і класу, але не заборонена;  
 \* – у закладах РГ типу «кафе», де застосовано метод обслуговування офіціантами, наявність приміщення обов'язкова.

У закладах РГ інших типів незалежно від місткості наявність туалетів обов'язкова.

У закладах РГ, місткістю до 50 місць, можлива наявність в одному приміщенні чоловічого і жіночого туалетів. У разі дотримання санітарно-гігієнічних норм дозволено користуватися туалетом персоналові і споживачам.

Таблиця 4

Вимоги щодо норми мінімальної площі на одне місце в залі у деяких закладах ресторанного господарства при навчальних закладах

Тип закладу РГ	Площа на одне місце не менше, м <sup>2</sup>
Їдальні загальноосвітніх навчальних закладів	1,0
Їдальні професійних навчальних закладів	1,3
Їдальні вищих навчальних закладів	1,6
Спеціалізовані заклади швидкого обслуговування, буфети	1,2

Таблиця 5

Різновиди закладів РГ, представлені у Міжнародному стандарті галузевої класифікації видів економічної діяльності (ISIC) ООН [5] (код 5520)

Різновид закладу РГ	Характеристика закладу
<b>ресторан на замовлення</b> ( <i>carry-out restaurants</i> )	Різновид ресторану, який в якості основної послуги пропонує продаж виробленої ним продукції на винос. У ресторанах на замовлення передбачено постачання їжі в інші місця
<b>ресторан-їдальня</b> ( <i>commissary restaurants</i> )	Різновид ресторану, що організує харчування працівників в організаціях
<b>вагон-ресторан</b>	Різновид ресторану, що організує харчування споживачів послуг залізничних компаній та інших організацій пасажирського транспорту
<b>пивні садки</b> ( <i>brasseries; beer gardens</i> )	Різновид бару, що продає і організує споживання різноманітного асортименту пива і має озеленену торговельну залу
<b>пивна</b> ( <i>pub</i> )	Різновид бару, що продає і організує споживання алкогольних або безалкогольних напоїв. Основним напоєм у пивній є пиво
<b>пивоварний бар</b> ( <i>brew pub</i> )	Різновид бару, у якому варять, продають і організують споживання пива на місці
<b>бар-закусочна</b> ( <i>snack bar</i> )	Різновид бару із спеціалізацією за асортиментом на закусках та сендвічах (закритих бутербродах)
<b>бар (ресторан) напоїв за спеціальними замовленнями</b> ( <i>bartending</i> )	Різновид бару (ресторану) за спеціальними замовленнями, в обслуговуванні якого задіяні бармени, що організують споживання напоїв
<b>бістро</b> ( <i>bistrot; eating places</i> )	Різновид закладу РГ швидкого обслуговування, що продає і організує споживання їжі і (або) напоїв
<b>таверна</b>	Різновид кафе з асортиментом страв інших країн, відмінною ознакою якого є широкий асортимент алкогольних напоїв.

## БІБЛІОГРАФІЯ

1. Постанова КМУ від 08.02.95 р. №108 «Порядок заняття торговельною діяльністю і правила торговельного обслуговування населення».
2. Наказ МЗЕЗторгу України від 24.07.2002 р. № 219 «Про затвердження Правил роботи закладів (підприємств) громадського харчування».
3. Наказ Мініекономіки від 03.01.2003 р. № 2 «Рекомендовані норми технічного оснащення закладів громадського харчування».
4. Довідник кваліфікаційних характеристик професій працівників. Випуск 65. Торгівля та громадське харчування. К., 1999, — 162 с.
5. ISIC Rev.3 code 5520 Restaurants, bars and canteens (Міжнародний стандарт галузевої класифікації видів економічної діяльності (ISIC) ООН.

## Додаток В

### ПРАВИЛА

#### роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства

(Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України № 219 від 24.07.2002 р.)

#### 1. Загальні положення

1.1. Цими Правилами регламентуються основні вимоги щодо роботи суб'єктів господарської діяльності (закладів, підприємств) усіх форм власності, що здійснюють діяльність на території України у сфері ресторанного господарства.

1.2. У своїй діяльності суб'єкти господарської діяльності керуються актами законодавства України, якими регулюється діяльність у сфері ресторанного господарства.

1.3. У Правилах вживаються терміни в такому значенні:

- **ресторанне господарство** – вид економічної діяльності суб'єктів господарської діяльності щодо надавання послуг відносно задоволення потреб споживачів у харчуванні з організуванням дозвілля або без нього;

- **заклад ресторанного господарства** – організаційно-структурна одиниця у сфері ресторанного господарства, яка здійснює виробничо-торговельну діяльність: виробляє і (або) дотворює, продає і організовує споживання продукції власного виробництва і закупних товарів, може організувати дозвілля споживачів;

- **тип закладу ресторанного господарства** – сукупність загальних характерних ознак виробничо-торговельної діяльності закладу ресторанного господарства;

- **клас закладу ресторанного господарства** – сукупність відмінних ознак закладу ресторанного господарства певного типу, яка характеризує рівень вимог до продукції власного виробництва і закупних товарів, умов їх споживання, організування обслуговування та дозвілля споживачів;

- **технологічний процес закладу ресторанного господарства** – сукупність операцій, які забезпечують виробництво кулінарної продукції, булочних і борошняних кондитерських виробів та їх продаж;

- **продукція власного виробництва** – продукція, яку виробляють заклади ресторанного господарства і продають як кулінарну продукцію, булочні та

борошняні кондитерські вироби (далі - продукція);

- **страва** – кулінарний виріб або харчовий продукт у натуральному вигляді, готовий до вживання, порціонований та оформлений для подавання споживачам;

- **кулінарний виріб** – харчовий продукт (сукупність харчових продуктів), доведений до готовності, але може вимагати незначного додаткового оброблення (охолодження, розігрівання, порціювання та оформлення);

- **кулінарний напівфабрикат** – харчовий продукт (сукупність харчових продуктів), кулінарно оброблений, але не доведений до готовності, який використовується для подальшого виготовлення кулінарних виробів;

- **кулінарна продукція** – сукупність страв, кулінарних виробів та кулінарних напівфабрикатів;

- **закупний товар** – товар, що його купує суб'єкт господарської діяльності сфери ресторанного господарства для подальшого перепродажу споживачам без видозмінення (порціювання, нарізання, додаткового оформлення);

- **фірмова страва** – страва (кулінарний, борошняний кондитерський виріб), що її готують у конкретному закладі (підприємстві) ресторанного господарства за оригінальною авторською рецептурою із присвоєнням їй фірмової назви, на яку розповсюджується право захисту інтелектуальної власності;

- **продовольча сировина** – продукція рослинного, тваринного, мінерального, синтетичного чи біотехнологічного походження, що використовується для виробництва харчових продуктів.

1.4. Суб'єктами господарської діяльності здійснюється діяльність у сфері ресторанного господарства після їх державної реєстрації в установленому законодавством порядку. Роздрібна торгівля алкогольними напоями і тютюновими виробами в закладах (підприємствах) ресторанного господарства здійснюється суб'єктами господарської діяльності за наявності відповідних ліцензій.

1.5. Заклади (підприємства) ресторанного господарства поділяються за типами: фабрики-кухні, фабрики заготівельні, ресторани, бари, кафе, їдальні, закусьочні, буфети, магазини кулінарних виробів, кафетерії, а ресторани та бари – також на класи (перший, вищий, люкс).

Вибір типу закладу (підприємства) ресторанного господарства та класу ресторану або бару здійснюється суб'єктом господарської діяльності самостійно з урахуванням вимог законодавства України.

Суб'єкти підприємницької діяльності у сфері ресторанного господарства для заняття торговельною діяльністю можуть мати також дрібнороздрібну торговельну мережу.

1.6. Суб'єкти господарської діяльності у сфері ресторанного господарства при облаштуванні закладу (підприємства) згідно з обраним типом (класом) повинні мати необхідні виробничі, торговельні та побутові приміщення, а також обладнання для приготування та продажу продукції.

Вимоги, що ставляться до виробничих, торговельних і побутових приміщень закладів (підприємств) ресторанного господарства, обладнання, інвентарю, переліку послуг, технологічних режимів виробництва продукції, встановлюються законодавством України.



Відкриття закладу (підприємства) ресторанного господарства узгоджується з органами місцевого самоврядування, установами державної санітарно-епідеміологічної служби в установленому законодавством порядку.

1.7. На фасаді приміщення закладу (підприємства) ресторанного господарства повинна розміщуватися **вивіска із зазначенням його типу (класу), назви, найменування суб'єкта господарської діяльності та режиму роботи.**

Режим роботи закладу ресторанного господарства встановлюється суб'єктом господарювання самостійно, а у випадках, передбачених законодавством, за погодженням з органами місцевого самоврядування. Для закладу ресторанного господарства, який обслуговує споживачів на підприємствах, в установах та організаціях, режим роботи встановлюється суб'єктом господарювання за домовленістю з їх адміністрацією.

Режим роботи повинен додержуватися закладами (підприємствами) ресторанного господарства всіх форм власності.

Суб'єктами господарської діяльності повинен забезпечуватися належний санітарний стан виробничих, торговельних і складських приміщень відповідно до вимог Санітарних правил для підприємств ресторанного господарства, а також прилеглої до підприємства території, упорядкування та озеленіння.

У закладах (підприємствах) ресторанного господарства повинні використовуватися мийні і дезінфікувальні засоби, що дозволені Міністерством охорони здоров'я України, згідно з інструкцією, затвердженою в установленому порядку.

1.8. Засоби вимірювальної техніки, що використовуються в ресторанному господарстві, повинні бути у справному стані та мати чіткий відбиток перевірного тавра і проходити перевірку в установленому законодавством порядку.

На *торговельно-технологічне обладнання*, інвентар та посуд, що підлягають обов'язковій сертифікації, суб'єкт господарської діяльності повинен мати *сертифікат відповідності*, а ті їх види, що не підлягають сертифікації, повинні бути виготовлені з матеріалів, дозволених Головним державним санітарним лікарем України.

1.9. *Працівники*, які займаються виробництвом, зберіганням, а також продажем харчових продуктів і продовольчої сировини, зобов'язані мати *професійну спеціальну освіту (підготовку)*.

Усі працівники, зайняті в ресторанному господарстві, проходять *медичне обстеження* в установленому законодавством порядку, результати якого відображаються в *особових медичних книжках*. Особова медична книжка пред'являється для контролю на вимогу представників установ державної санітарно-епідеміологічної служби.

Суб'єкти господарської діяльності зобов'язані мати Правила роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства, Санітарні правила, санітарний журнал, особові медичні книжки працівників, журнали реєстрації вступного інструктажу з питань охорони праці та реєстрації інструктажів з питань охорони праці, а також книгу відгуків та пропозицій. Суб'єкти господарської діяльності повинні мати також журнал реєстрації перевірок.

1.10. Вимоги щодо якості продовольчої сировини, закупних товарів, харчових продуктів та напівфабрикатів, їх упакування, маркування,

транспортування, приймання, умов реалізації, строків придатності до споживання чи дат закінчення строків придатності до споживання, методів лабораторного контролю регламентуються законодавством України.

## 2. Організація виробництва та продаж продукції

2.1. Суб'єктами господарської діяльності у сфері ресторанного господарства здійснюється діяльність згідно з асортиментом продукції, затвердженим відповідно до типу та класу даного закладу (підприємства) керівником підприємства, а також забезпечується наявність продукції, зазначеної у меню, преїскуранті.

2.2. Суб'єкти господарської діяльності при виготовленні продукції власного виробництва повинні дотримуватися технологічних режимів виробництва продукції (сумісність продуктів, їх взаємозамінність, режим кулінарного оброблення сировини тощо), визначених нормативною документацією (збірниками рецептур страв, кулінарних, борошняних кондитерських і булочних виробів, затвердженими в установленому порядку, державними стандартами, технічними умовами, а також Санітарними правилами)

Суб'єкти господарської діяльності при користуванні збірниками рецептур страв та кулінарних виробів мають **право**: замінити (виключати) у рецептурах відсутні види продовольчої сировини та харчових продуктів (крім основних складників страви) або додатково включати їх у необхідних кількостях, не погіршуючи смакових властивостей страв (виробів), при цьому не допускати порушення Санітарних правил, технологічного режиму виробництва продукції, погіршення споживних властивостей та якості страв (виробів). Зміни до рецептур в обов'язковому порядку вносяться в технологічні і калькуляційні карти; з урахуванням попиту споживачів змінювати норми відпускання страв (виробів), у т.ч. соусів та гарнірів, там, де дозволяє технологія приготування.

Суб'єкти господарської діяльності можуть самостійно розробляти і затверджувати **фірмові страви** і вироби з урахуванням вимог нормативно-правових актів.

2.3. Кухарі та кондитери повинні бути забезпечені на робочих місцях **технологічними картами** із зазначенням норм закладки продовольчої сировини та харчових продуктів на страви або вироби та технології їх приготування.

2.4. Партії страв виготовлюються в таких обсягах, щоб забезпечити їх реалізацію в терміни, визначені нормативною документацією.

2.5. Продаж Продукції за межами закладів (підприємств) здійснюється у спеціально відведених для цього місцях з дозволу органів державної санітарно-епідеміологічної служби та за умови дотримання встановлених для цієї продукції вимог законодавства України.

2.6. Кожна партія продукції, яка продається поза торговельною залом, повинна мати посвідчення про якість із зазначенням найменування підприємства-виробника, його адреси, нормативного документа, відповідно до якого вона виготовлена, найменування продукції, дати виготовлення, терміну придатності до споживання чи дати закінчення його, умов реалізації і зберігання, маси одиниці розфасування (упаковки) і ціни за одиницю розфасування або ваги продукції.

2.7. У разі, коли продукція може завдати шкоди життю або здоров'ю споживача, суб'єкт господарської діяльності зобов'язаний негайно припинити її продаж і виробництво до усунення причин, які можуть зашкодити.

У разі коли причини, які можуть зашкодити, неможливо усунути, суб'єкт господарської діяльності зобов'язаний вилучити з обігу неякісну та небезпечну продукцію, відкликати її від споживачів.

Виробник зобов'язаний відшкодувати в повному обсязі завдані споживачам збитки, пов'язані з відкликанням продукції.

### **3. Організація обслуговування споживачів**

3.1. У закладах (на підприємствах) ресторанного господарства використовуються такі **методи обслуговування**, як самообслуговування, обслуговування офіціантами, комбінований тощо.

При всіх методах обслуговування здійснюється попереднє сервірування столів залежно від типу (класу) підприємства.

3.2. **Розрахунки** за продукцію й надані послуги в закладах (на підприємствах) ресторанного господарства здійснюються за готівку та/або в безготівковій формі (платіжні картки, платіжні чеки тощо) із застосуванням реєстраторів розрахункових операцій (електронний контрольний-касовий апарат, електронний контрольний-касовий реєстратор, комп'ютерно-касова система тощо) або зареєстрованих у встановленому порядку розрахункових книжок.

3.3. У закладах (на підприємствах) самообслуговування й магазинах кулінарних виробів **розрахунковий документ** (касовий чек, розрахункова квитанція тощо) видається споживачеві після оплати вартості продукції готівкою.

У закладах (підприємствах) з обслуговуванням офіціантами оплата вартості продукції здійснюється споживачем безпосередньо офіціанту відповідно до рахунка, який виписується на бланку встановленої форми.

Після розрахунку офіціантом споживачеві надається розрахунковий документ (касовий чек, розрахункова квитанція).

3.4. У **меню** зазначається перелік страв, кулінарних, борошняних кондитерських, булочних виробів та напоїв власного виробництва, вихід і ціна однієї порції. У **прейскуранті** зазначається перелік алкогольних і безалкогольних напоїв, пива, тютюнових, кондитерських виробів та інших закуплених товарів, маса, об'єм і ціна на відповідну одиницю продукту, крім того, для алкогольних напоїв - ємність пляшки, ціна за пляшку, за 50 та 100 мл.

Меню і прејскурант мають бути підписані керівником, бухгалтером (калькулятором) та матеріально-відповідальною особою (завідувач виробництва, бригадир, буфетник, бармен тощо) і скріплені печаткою суб'єкта господарської діяльності.

3.5. Поруч з основною діяльністю закладами (підприємствами) ресторанного господарства можуть надаватися **додаткові послуги**, перелік і вартість яких визначаються суб'єктом господарської діяльності та указуються в прејскуранті на послуги.

Під час обслуговування в закладах ресторанного господарства за бажанням споживачів кулінарна продукція та закупні товари, у тому числі алкогольні напої, можуть бути продані на винос у відповідній упаковці.

3.6. Споживачам надаються **можливості**: ознайомитися з меню, прейскурантами алкогольних і безалкогольних напоїв, кондитерських і тютюнових виробів, фруктів, додаткових послуг, що надаються, до початку обслуговування; перевірити об'єм, вагу та ціну продукції, що підлягає продажу (послуги, що надається), відповідність її якості вимогам нормативних документів.

3.7. При **виявленні недоліків** у якості продукції та наданні послуг, недоволення або обрахунку суб'єкти господарської діяльності на вибір споживача **зобов'язані**:

- безкоштовно усунути виявлені недоліки;
- зменшити розмір оплати за продукцію або послугу;
- замінити на аналогічну продукцію належної якості чи вдруге надати послугу;
- повністю відшкодувати витрати споживача, пов'язані з придбанням неякісної продукції або наданої послуги.

3.8. При прийманні попереднього замовлення на обслуговування суб'єкти господарської діяльності зобов'язані гарантувати виконання його замовлення в узгоджені із замовником строки. *У разі відмови замовника від обслуговування в день проведення заходу він зобов'язаний викупити замовлену продукцію, яка не може бути продана іншим споживачам.*

Коли суб'єкт господарської діяльності не може виконати замовлення споживача, він зобов'язаний повідомити про це замовника **не пізніше ніж за 5 днів**.

*Замовнику забороняється приносити до закладу (підприємства) ресторанного господарства продовольчу сировину, харчові продукти, у тому числі алкогольні та безалкогольні напої, а також залучати сторонніх осіб до приготування страв.*

3.9. *Забороняється встановлювати мінімум вартості замовлення й пропонувати споживачу обов'язковий асортимент продукції.*

3.10. У закладах (підприємствах) ресторанного господарства (незалежно від типу і класу) **для осіб, які не курять**, відводиться не менше ніж половина площі громадських місць цих закладів, розміщеної так, щоб тютюновий дим не поширювався на цю територію.

На території для осіб, які не курять, персоналу та споживачам забороняється куріння будь-яких тютюнових виробів, а також розміщення попільничок. У разі відведення суб'єктом господарської діяльності **спеціальних місць для куріння** ці місця мають бути обладнані витяжною вентиляцією або іншими засобами для видалення тютюнового диму, а також розміщена в куточку споживача наочна інформація про розташування таких місць та про шкоду, яку завдає здоров'ю людини куріння тютюнових виробів.

3.11. Суб'єкти господарської діяльності зобов'язані забезпечити збереження речей споживачів у гардеробі. За зникнення речей з гардеробу суб'єкти господарської діяльності несуть відповідальність згідно із законодавством.

3.12. Книга відгуків і пропозицій установленого зразка повинна знаходитися на видному та доступному для споживачів місці.

Суб'єкти господарської діяльності зобов'язані обладнати на видному місці Куточок споживача, де вміщується інформація для споживачів.

#### 4. Ціни і ціноутворення

4.1. Продаж продукції суб'єктами господарської діяльності у сфері ресторанного господарства здійснюється за цінами, що встановлюються відповідно до законодавства.

#### 5. Контроль за роботою суб'єктів господарської діяльності

5.1. Контроль за якістю і безпекою продукції, додержанням норм і правил, установлених для закладів (підприємств) ресторанного господарства, а також цих Правил здійснюється органами місцевого самоврядування, а також іншими органами в межах їх компетенції, наданої законодавством.

5.2. За відмову пред'явити контролюючим особам продукцію, яка підлягає перевірці, суб'єкти господарської діяльності несуть відповідальність згідно із законодавством.

Суб'єкти господарської діяльності повинні безкоштовно надавати для лабораторного контролю зразки сировини та готової продукції в кількості, передбаченій нормативно-правовими актами.

5.3. За порушення санітарного законодавства або реалізацію недоброякісної продукції суб'єкти господарської діяльності несуть відповідальність згідно із законодавством.

5.4. Суб'єкти господарської діяльності зобов'язані здійснювати контроль за додержанням підлеглими цих Правил. У разі порушення Правил винні несуть відповідальність згідно із законодавством.

Додаток Г

### ЗАКОН УКРАЇНИ

#### Про виноград та виноградне вино

(№ 2662-IV від 16.06.2005; поточна редакція – № 465-IX від 16.01.2020 р.)

#### Розділ I. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

##### Стаття 1. Визначення основних термінів

У цьому Законі терміни вживаються в такому значенні:

1) **виноградарсько-виноробна галузь** – сукупність підприємств, організацій, науково-дослідницьких закладів, зайнятих у сфері виробництва винограду, виробництва і реалізації виноробної продукції;

2) **виноградарство** – сукупність організаційних і технологічних прийомів розмноження, культивування і збору винограду;

3) **виноробство** – сукупність організаційних і технологічних прийомів виготовлення виноробної продукції;

4) **виноградники** – промислові насадження винограду для виноробства на площі понад 0,5 гектара;

5) **зрідженість виноградників** – відсоткове відношення неіснуючих кущів до номінальної (розрахункової) їх кількості на даній площі;

6) **столові сорти винограду** – сорти винограду, що вирощуються для споживання у свіжому вигляді;

7) **технічні сорти винограду** – сорти винограду, призначені для виробництва виноробної продукції;

8) **гібриди прями виробники** – сорти винограду першого покоління від схрещування сортів виду *Vitis vinifera* з іншими видами винограду роду *Vitis*:

Зейбель, Террас, Бако, Кастель, Кудерк, Отелло, Жакез, Клінтон, Ербемон;

9) **районовані сорти винограду** – визначені для певної зони виноградарства сорти винограду, що забезпечують найбільшу господарську ефективність виноградарства і виноробства в цій місцевості та включені до Державного реєстру сортів рослин, придатних для поширення в Україні;

10) **зона виноградарства** – географічна територія України з придатними агроекологічними умовами для розведення культури винограду;

11) **сусло** – свіжовіджатиий сік, що одержують при подрібненні та пресуванні винограду чи мезги, призначений для виробництва виноматеріалів, бродіння якого здійснюється у місці переробки винограду;

12) **вино** – алкогольний напій, вироблений з винограду, міцність якого набувається внаслідок спиртового бродіння роздушених ягід або свіжовіджатого соку, а в разі виготовлення вин кріплених – підвищується шляхом додавання спирту етилового, ректифікованого та/або спирту етилового ректифікованого виноградного, та/або дистилату виноградного спиртового. Міцність вин може становити від 9 до 20 відсотків об'ємних. Органолептичні якості вина повинні відповідати природному складу винограду або відтворювати особливості, набуті внаслідок купажування чи спеціальної технологічної обробки виноматеріалів;

13) **виноробна місцевість** – територія, на якій технічні сорти винограду постійно досягають цукристості у суслі не менш як 150 г/куб. дм (на території Автономної Республіки Крим – 160 г/куб. дм);

14) **виноматеріали виноградні** – продукти первинної переробки винограду, призначені для виробництва вин та іншої виноробної продукції;

15) **виноматеріали коньячні** – молоді натуральні сухі виноматеріали, виготовлені з винограду у "білий" спосіб з дотриманням технологічних особливостей і призначені для виробництва спирту коньячного;

16) **виноматеріали шампанські** – виноматеріали, виготовлені з регламентованих сортів винограду у "білий" спосіб за спеціальною технологією і призначені для виробництва шампанського України та ігристих вин;

17) **вино газоване** – вино, піняста властивість якого набута внаслідок його штучного насичення діоксидом вуглецю;

18) **вино ігристе** – вино, піняста властивість якого набута внаслідок його насичення діоксидом вуглецю ендегенного походження, що утворюється під час бродіння сусла або вторинного бродіння виноматеріалів у герметично закритих посудинах;

19) **шампанське України** – біле ігристе вино, виготовлене шляхом його насичення діоксидом вуглецю ендегенного походження при вторинному бродінні шампанських виноматеріалів з використанням сахарози в герметично закритих ємностях міцністю не нижче 10,5 відсотка об'ємних одиниць. При здійсненні процесу шампанізації в пляшках з наступною трирічною витримкою ігристе вино має назву "Шампанське України класичне";

20) **вино колекційне** – спеціально відібране марочне вино, яке після закінчення встановлених строків визрівання в дубовій тарі додатково витримується в пляшках не менш як 3 роки у спеціальних сховищах з чітко визначеними параметрами витримки;

21) **вино контрольованого найменування** – вино стабільно високої якості, що виробляється за спеціальною або традиційною технологією з визначених сортів винограду строго регламентованого географічного району.

Походження і якість вина спеціально контролюються на всіх етапах виробництва сировини та готової продукції;

22) **вино кріплене** – вино, одержане в результаті повного або неповного збродження цукрів суслу шляхом припинення бродіння через додавання спирту етилового ректифікованого та/або спирту етилового ректифікованого виноградного, та/або дистиляту виноградного спиртового;

23) **вино марочне** – столове або кріплене вино вищої якості з характерними для обумовленої виноробної місцевості та сортів винограду особливостями, яке пройшло дозрівання шляхом технологічної витримки в дубовій тарі не менш як 1,5 року з моменту закладки на витримку;

26) **вино ординарне** – вино, виготовлене за загальноприйнятою технологією відповідно до державних стандартів та діючих технічних умов, яке реалізується з 1 січня року, наступного за врожаєм винограду. За спеціальними технічними умовами допускається випуск молодих столових вин, що виробляються з виноматеріалів окремих сортів винограду або їх суміші і реалізуються в рік урожаю або не пізніше трьох місяців після завершення процесу бродіння суслу;

26<sup>1</sup>) **вино ординарне витримане** – вино поліпшеної якості, виготовлене за спеціальною технологією з виноматеріалів окремих сортів винограду чи їх суміші, з обов'язковою витримкою у дубовій тарі перед розливом не менше 6 місяців;

27) **вино сортове** – вино, виготовлене з винограду одного сорту. Допускається використання до 15 % інших сортів винограду того ж ботанічного виду;

28) **вино столове** – вино, виготовлене шляхом повного чи неповного збродження суслу. Залежно від вмісту цукрів, столове вино поділяється на сухе, напівсухе, напівсолодке;

29) **вино спеціального типу** – вино, яке згідно з видовою назвою за походженням належить до традиційного типу і має особливі смакові якості, набуті в результаті спеціальної технологічної обробки виноматеріалів відповідно до свого прототипу, назву якого воно носить;

30) **купаж** – суміш у певному співвідношенні різних виноматеріалів, коньячних спиртів з компонентами, встановленими технологічними інструкціями для надання вину, коньяку України типовості, забезпечення випуску стабільних за своїми органолептичними і фізико-хімічними показниками вин і коньяків України. Технологічна операція приготування купажу має назву – купажування, а вина мають назву – купажовані;

31) **витримка** – тривалий технологічний процес дозрівання виноматеріалу або коньячного спирту в технологічній тарі у певних умовах, що сприяють формуванню його типовості та покращенню якості;

32) **фальсифікація** вин, вермутів, коньяків України і бренді – умисна з корисливою метою підробка вин, вермутів, коньяків України, бренді за походженням (місцем виробництва) або їх складом шляхом додавання нешкідливих чи шкідливих для здоров'я людини речовин, а також виготовлення винних і коньячних сурогатів у процесі виробництва, транспортування, зберігання та продажу;

33) **якість вина** – ступінь відповідності вина органолептичному сприйняттю і фізико-хімічним показникам, які характеризують конкретний тип (марку) вина. Оцінюється в балах за прийнятою у виноробстві системою;

34) **шампанізація** – технологічний прийом підсолоджування суслу при виробництві столових сухих і шампанських виноматеріалів;

36) **виноробна продукція** – вина тихі, шампанські, ігристі та газовані, вермути, бренді, коньяки і алкогольні напої виноградного походження;

37) **підприємства первинного виноробства** – підприємства, які здійснюють переробку винограду, виробництво виноматеріалів, суслу або соку консервованого, концентрату виноградного соку, займаються витримкою виноматеріалів, а також утилізацією відходів виноробства;

38) **підприємства вторинного виноробства** – підприємства, які займаються витримкою виноматеріалів, обробкою виноматеріалів та розливом або тільки розливом вин у споживчу тару відповідно до нормативних документів;

39) **коньяки України** – міцні алкогольні напої з характерним букетом і смаком, виготовлені шляхом купажу спиртів коньячних, отриманих методом дистиляції коньячних виноматеріалів на спеціальних мідних апаратах з фракціонуванням, витриманих не менше трьох років у дубовій тарі або нержавіючих чи емальованих ємностях з дубовою клепкою. Залежно від строку витримки спиртів коньячних і їх якості коньяки України поділяються на ординарні, марочні і колекційні. Коньяки України можуть випускатися під власною назвою;

40) **спирт етиловий** – спирт етиловий ректифікований, виготовлений з крохмале-цукромісткої сировини або продуктів переробки винограду шляхом їх збродження, відокремлення та очищення до визначеного стандартом вмісту інших речовин;

41) **прототип вина** – тип вина, що історично склався в певних географічних регіонах внаслідок використання специфічних прийомів переробки винограду певних сортів та способів обробки мезги, суслу або виноматеріалів, який став прообразом (попередником і зразком) для виробництва відповідного типу вина в тій самій або іншій географічній зоні вирощування винограду;

42) **дистилят виноградний спиртовий** – дистилят з об'ємною часткою спирту етилового від 70 до 80 % об'ємних, одержаний шляхом дистиляції виноматеріалів виноградних, виготовлених без застосування сірчистого ангідриду або вміст сірчистої кислоти в яких зменшено шляхом її видалення (десульфитації) до встановлених норм, у тому числі непридатних для виробництва вин виноградних, десульфитованих вин виноградних, віджатих дріжджових та гущових осадів, виноградних вичавок на спеціальних апаратах безперервної чи періодичної дії, методом фракціонування чи подвійної згонки з отриманням первинного відгону дистиляту з вмістом спирту від 23 до 32 % об'ємних, з подальшим його фракціонуванням для підвищення об'ємної частки етилового спирту від 70 до 80 % об'ємних.

## **Розділ II. СИРОВИННА БАЗА ВИНОРОБСТВА (ВИНОГРАДАРСТВО)**

### **Стаття 2. Порядок опорядження та утримання виноградників**

Виноградні насадження технічних та столових сортів у господарствах усіх форм власності підлягають реєстрації в центральному органі виконавчої влади, що реалізує державну аграрну політику, політику у сфері сільського господарства.



Центральний орган виконавчої влади з, що реалізує державну аграрну політику, політику у сфері сільського господарства, визначає з виділенням у натурі зони виробництва винограду. У виділених зонах регламентується сортовий склад вирощування винограду відповідно до спеціалізації району виноградарства та заявлених категорій вина.

Садіння виноградників для виноробства дозволяється лише у виноробних місцевостях із застосуванням районованих або перспективних сортів винограду відповідно до проекту, який затверджений центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної аграрної політики, політики у сфері сільського господарства. Гібриди прямі виробники, що є в насадженнях, підлягають заміні, а нерайоновані сорти підлягають заміні або районуванню протягом 15 років.

Сорти винограду, посаджені відповідно до проекту для випробування нових селекційних сортів винограду, за позитивних результатів сортовипробування районується у встановленому порядку.

Придбаний садивний матеріал вітчизняного або іноземного походження, призначений для садіння виноградників, проходить обов'язкову сертифікацію в установах, які мають на це повноваження, та акредитацію. Ця норма не поширюється на садивний матеріал, отриманий у власних розсадниках, розміщених у зоні садіння виноградників.

Державний *перепис виноградників* здійснюється **не менше одного разу на 10 років**.

Списання виноградників усіх форм власності, які закладені за рахунок державних коштів, організується і проводиться центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну аграрну політику, політику у сфері сільського господарства, з обов'язковим відновленням площ виноградних насаджень.

Зрідженість молодих (до 5 років) виноградників, на закладення яких та на догляд за якими використовувалися повністю державні кошти, що зумовлена недбалом доглядом за ними, розцінюється як безгосподарне використання земель, у зв'язку з чим винних осіб може бути притягнуто до адміністративної відповідальності. При зрідженості понад 60 відсотків виноградники виключаються з державного реєстру, паспорт на них анулюється і державне фінансування на садіння та догляд за виноградниками припиняється.

### **Стаття 3. Вимоги до якості сировини**

Для виробництва вин і коньяків України використовуються технічні сорти винограду, що відповідають вимогам державних стандартів. Не допускається при переробці змішування європейських сортів винограду з сортами виду Лабруска та гібридами прямими виробниками. Столові сорти винограду можуть використовуватися для виготовлення ординарних вин. Для виробництва ординарних вин, бренді і коньяків України допускається використовування столових сортів винограду, якщо за вмістом цукрів та іншими показниками якості вони відповідають вимогам, що пред'являються до винограду технічних сортів.

Для виробництва вин допускається переробка зав'ялого на кущах винограду до цукристості в суслі не більш як 40 г/100 куб. см.

Використання сушеного винограду (ізіюму) для виготовлення вин забороняється. Випадки порушення цієї норми розглядаються як фальсифікація вина.

### **Розділ III. ВИРОБНИЦТВО ВИНОРОБНОЇ ПРОДУКЦІЇ (ВИНОРОБСТВО)**

#### **Стаття 4. Регламентация виноробства**

Виробництво виноробної продукції здійснюється суб'єктами підприємницької діяльності незалежно від форм власності за наявності в них ліцензії.

Під час виробництва виноматеріалів та інших продуктів виноробства здійснюються органолептичний, хімічний і мікробіологічний контроль якості сировини і готової продукції та ведеться відповідна технологічна документація.

Підприємства, які займаються переробкою винограду, зобов'язані щорічно після завершення сезону виноробства, але не пізніше 1 грудня, надавати центральному органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики, інформацію за встановленою ним формою щодо обсягів переробки винограду, виробництва виноматеріалів у груповому асортименті, використання та залишків спирту.

Центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування державної аграрної політики, політики у сфері сільського господарства, затверджує порядок ведення та форми виробничого обліку вин, технологічну документацію і нормативні документи на виробництво вин, погоджує в установленому ним порядку використання зарубіжної технологічної документації, визначає перелік необхідних для цього документів, строки і процедуру їх подання.

#### **Стаття 5. Загальні вимоги до виноматеріалів, вин і коньяків, умов їх виробництва**

Вина і коньяки України виготовляються згідно з правилами виробництва і зберігання тихих вин, правилами виробництва і зберігання ігристих та шампанських вин, правилами виробництва коньяків України, відповідними стандартами і технологічними інструкціями, що затверджуються центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної аграрної політики, політики у сфері сільського господарства. Для виготовлення вин і коньяків України застосовуються матеріали та речовини українського та/або неукраїнського походження без будь-яких обмежень щодо часток їх використання у виробництві, дозволені для використання нормативними документами та Головним державним санітарним лікарем України.

Зaproваджeння будь-яких заходів кількісного регулювання щодо змішування, переробки чи використання спирту етилового ректифікованого виноградного, спирту етилового ректифікованого плодового та виноградного дистиляту спиртового і зернового дистиляту, що мають іноземне (неукраїнське) походження відповідно до Митного кодексу України, у певних кількостях чи пропорціях при виробництві алкогольних напоїв здійснюється виключно законами України з урахуванням норм міжнародних договорів України, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України.

Виробництво і технологічна обробка виноматеріалів дозволяються на підприємствах первинного виноробства.

Підприємства, які займаються витримкою виноматеріалів і розливом вин у тару відповідно до нормативних документів, можуть у разі необхідності здійснювати дообробку або обробку виноматеріалів за технологічними інструкціями.

Вина шампанські, ігристі та газовані можуть виготовлятися у будь-якому регіоні України за місцезнаходженням виноробного підприємства.

Переробка винограду на виноматеріали, їх витримка та обробка, виготовлення вин і коньяків України, вермутів, брендів проводяться у спеціально обладнаних приміщеннях (цехах), використання яких для інших цілей забороняється. Не допускаються виготовлення, обробка, витримка та зберігання виноградних виноматеріалів та вин в одному приміщенні (крім розливу та експедиції) з напоями плодово-ягідними, вермутами та іншими ароматизованими напоями.

Виноматеріали, коньяки України, вермути, бренди і вина для експорту виробляють за стандартами України або згідно із законодавством країн-імпортерів на виконання конкретного замовлення.

Використання у вітчизняному виноробстві імпортованих виноматеріалів, що не відповідають вимогам нормативних документів України, забороняється.

Вина, виготовлені з імпортованих виноматеріалів і за зарубіжною технологічною документацією, випускаються під їх видовою назвою із зазначенням країни походження вина та місця розливу.

**Забороняється** видавати за іноземні українські вина, коньяки України і суміші (купажі) з іноземними винами (виноматеріалами, коньяками, коньячними спиртами).

Нові марки виноробної продукції затверджує керівник суб'єкта господарювання на підставі висновку Центральної галузевої дегустаційної комісії виноробної промисловості та/або дегустаційної комісії профільної наукової установи, та/або дегустаційної комісії галузевої громадської спілки, що діють відповідно до порядку, затвердженого центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної аграрної політики, політики у сфері сільського господарства. Право затверджувати нові марки тихих вин і марочних коньяків України надається підприємствам і організаціям, які мають власну стабільну сировинну базу і відповідні потужності для їх виробництва.

Національна академія аграрних наук України може затверджувати нові марки дослідних партій виноробної продукції, вироблених при виконанні науково-дослідних робіт, на підставі висновку дегустаційної комісії Національного інституту винограду і вина "Магарач".

Перелік необхідних для цього документів, терміни і процедури подачі, затвердження і погодження здійснюються у встановленому порядку.

Гарантійні терміни зберігання вин шампанських, ігристих та тихих, коньяків України, які встановлено чинними стандартами та нормативною документацією, є мінімальними термінами, протягом яких виробник несе відповідальність за невідповідність показників якості продукції нормативним вимогам, і не є термінами придатності виноробної продукції до споживання.

Виробники виноробної продукції мають право встановлювати власні гарантійні терміни зберігання окремих найменувань вин шампанських, ігристих та тихих, коньяків України, які перевищують мінімальні гарантійні терміни, встановлені чинними стандартами та нормативною документацією, з обов'язковою відповідальністю за відповідність їх якості нормативним вимогам. Власні гарантійні терміни повинні бути внесені у розроблені виробником технологічні інструкції на окремі найменування продукції, які

затверджуються центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної аграрної політики, політики у сфері сільського господарства, у встановленому порядку.

У торгових найменуваннях вин спеціального типу видова назва доповнюється назвою місця виробництва продукції.

При виробництві вин не допускається купажування виноматеріалів із європейських сортів винограду з виноматеріалами із сортів винограду виду Лабруска та гібридів прямих виробників. При виробництві марочних вин не допускається купажування марочних і ординарних виноматеріалів.

Вина шампанські, ігристі та тихі, вермути, коньяки України і брендї, в яких після закінчення гарантійних термінів зберігання не з'явилося помутніння чи видимого осаду, придатні для подальшого зберігання та реалізації.

Виготовлення етикеток для пляшок та інших елементів зовнішнього оформлення вин та коньяків України забороняється у разі відсутності у замовника – виробника виноробної продукції дозволу центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну аграрну політику, політику у сфері сільського господарства, на виробництво відповідних категорій і марок виноробної продукції, підтверженого нотаріально завіреною копією ліцензії, що додається до контракту на друкування етикеток.

Головна і хвостова фракції спирту коньячного (відходи винокуріння) за вибором виробника направляються на ректифікацію спирту для технічних цілей або на утилізацію чи на дистиляцію.

#### **Стаття 6. Вино столове**

Вина столові виготовляються сортовими або купажованими.

Вина столові напівсухі та напівсолодкі виготовляються за класичною схемою з використанням виноматеріалів-недобродів або за купажною схемою з використанням виноградних цукровмісних матеріалів.

Не допускається випуск столових вин із вмістом спирту нижче 9 відсотків об'ємних, сортових – 9,5 і марочних – 10 відсотків об'ємних.

Концентрат виноградного соку або консервоване сусло дозволяється використовувати лише в купажі столових напівсухих та напівсолодких ординарних вин з відповідним записом у свідоцтві про якість.

Дозволяється виготовлення сухих виноматеріалів міцністю не більш як 9,5 відсотка об'ємних шляхом підсолодження сусла виноградним концентратом або цукром не більш як на 2 г/100 куб. см. Такі виноматеріали можуть використовуватися лише для виробництва вин ординарних столових сухих несортних.

Про використання підсолоджене сусла у виробництві вин столових робиться відповідний запис у свідоцтві про якість.

Додавання спирту етилового або спиртованих виноматеріалів чи сусла (містеля) до вин столових не допускається.

#### **Стаття 7. Вино кріплене**

Вина кріплені залежно від вмісту спирту і цукру поділяються на міцні, десертні солодкі та десертні лікерні.

Вина міцні виготовляються з частково збродженого сусла, в якому вміст спирту природного бродіння становить не менше 4,2% об'ємних. Вина десертні солодкі та десертні лікерні виготовляються з частково збродженого сусла, в якому вміст спирту природного бродіння становить не менш як 1,2% об'ємних.

Вміст спирту в готових винах виноградних міцних не повинен перевищувати 20% об'ємних, десертних солодких та десертних лікерних – 17% об'ємних.

Під час виготовлення вин кріплених додавати концентрат виноградного соку дозволяється лише у випадках, обумовлених технологічними інструкціями. Використання спиртованого суслу або спиртованого концентрату виноградного соку допускається лише для виготовлення вин спеціального типу.

Додавання цукру на всіх стадіях виробництва вин кріплених забороняється.

Для кріплення виноматеріалів і вин виноградних дозволяється використовувати лише спирт етиловий ректифікований, спирт етиловий ректифікований виноградний та дистилат виноградний спиртовий, які відповідають вимогам законодавства та нормативно-технологічної документації щодо якості та безпечності для здоров'я людини. Для покращення якості вин виноградних кріплених дозволяється використання дубової клепки.

Забороняється в процесі кріплення виноматеріалів і вин додавати спирт-сирець, технічний та плодовий спирти або спирти невідомого походження.

#### **Стаття 8. Вина контрольованих найменувань за походженням**

Назва вин контрольованих найменувань за походженням надається кращим винам, виготовлення яких забезпечено стійкою сировинною базою і які мають високу якість протягом не менш як 5 років випуску. Всі стадії виробництва вин контрольованих найменувань за походженням повинні здійснюватися на підприємстві, розташованому у строго регламентованому географічному місці вирощування винограду.

Вина контрольованих найменувань за походженням затверджуються центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної аграрної політики, політики у сфері сільського господарства, за поданням виноробних підприємств.

#### **Стаття 9. Вина колекційні**

Вина колекційні реалізуються в тій же пляшкової тарі, у якій витримуються, без її розкупорки і вилучення утвореного осаду.

Для науково-виробничих та комерційних цілей в окремих наукових установах та на виноробних підприємствах створюється колекційний фонд зразків вин (енотеки), еталонні зразки яких є національним надбанням України.

Порядок створення енотек, зберігання і використання зразків вин з енотек установлюється центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної аграрної політики, політики у сфері сільського господарства.

#### **Стаття 10. Вина шампанські, ігристі та газовані**

Виробництво вин шампанських із вмістом спирту нижче 10,5% об'ємних, вин ігристих нижче 10,0 і вин газованих нижче 9,5% об'ємних не допускається.

Тиск діоксиду вуглецю в пляшках з готовою продукцією в ігристих винах повинен становити не менш як 300 кПа, "Шампанського України" - не менш як 350 кПа, газованих - від 100 до 250 кПа при 20° С.

Виноматеріали для виробництва вин шампанських та ігристих готуються з винограду певних сортів, визначених технологічними інструкціями та стандартами.

Винам білим ігристим шампанізованим, виготовленим за шампанською технологією при вторинному бродінні в герметично закритих ємкостях шампанських виноматеріалів, надається назва "Шампанське України". Винам білим ігристим шампанізованим, виготовленим за шампанською технологією з трирічною витримкою вина в пляшках на дріжджах, надається назва "Шампанське України класичне". Міцність ігристих шампанізованих вин повинна бути не нижче 10,5 відсотка об'ємних.

Вина ігристі та газовані можуть випускатися під власною назвою.

Вина ігристі з технологічною витримкою в пляшках не менш як 9 місяців належать до категорії витриманих.

Вина газовані виготовляються із сухих виноматеріалів, які підсолоджуються концентратом виноградного соку, консервованим неспиртованим суслом.

Зовнішнє оформлення вин "Шампанське України класичне" та "Шампанське України" має відрізнятися від оформлення інших вин ігристих.

#### **Стаття 11. Алкогольні напої виноградного походження**

**Ароматизовані вина** – вина виноградного походження, у тому числі вермути, отримані шляхом змішування сухих та/або кріплених виноматеріалів, спиртових рослинних екстрактів, спирту етилового ректифікованого та цукру або цукровмісних матеріалів.

**Коньяки України** – міцні алкогольні напої з характерними букетом і смаком, виготовлені шляхом купажу коньячних спиртів, отриманих методом дистиляції коньячних виноматеріалів на спеціальних мідних апаратах з фракціонуванням, витриманих не менше 3 років у дубовій тарі або нержавіючих чи емальованих ємкостях з дубовою клепкою. Тривалість відпочинку коньяків України після купажу встановлюється рішенням суб'єкта господарювання. Коньяки України можуть випускатися під власною назвою.

**Вермути** – група ароматизованих вин, отриманих шляхом купажування спеціально оброблених столових або кріплених виноградних виноматеріалів з додаванням спирту етилового ректифікованого, сахарози або цукровмісних матеріалів та спиртових настоїв (екстрактів) пряно-ароматичної сировини, до складу якої обов'язково входить полин.

**Бренді** – міцні алкогольні напої з характерним букетом і смаком, що виготовляються з витриманих у дубовій тарі або у ємностях з нержавіючої сталі з дубовою клепкою спиртів, отриманих шляхом дистиляції виноградної сировини, у спосіб доведення їх до кондицій готових напоїв пом'якшеною водою з додаванням цукрового сиропу та цукрового колеру. Тривалість відпочинку бренді після купажу встановлюється рішенням суб'єкта господарювання.

Для алкогольних напоїв, що не відповідають вимогам, встановленим цим Законом для термінів "Коньяк України" та "Шампанське України", забороняється у загальній та власній назвах виробу вживати слова "Коньяк" або "Шампанське", їх однокореневі (споріднені) та співзвучні до них слова.

#### **Стаття 12. Фальсифікація вин, вермутів, коньяків України та брендів**

Фальсифікацією є:

– нерегламентоване застосування цукру або продуктів, що містять цукор, у тому числі виноградного походження, для штучного підвищення вмісту спирту у винах, підміна сортів винограду або зменшення терміну витримки при

виготовленні вин марочних і коньяків України;

- додавання води, плодово-ягідних матеріалів, витяжок і відварів з плодів і ягід;

- підробка дешевих вин, вермутів, коньяків України та бренді під кращі вітчизняні або іноземні марки шляхом штучного збільшення екстрактивності, імітації кольору, аромату і смаку, а також додавання харчових або штучних речовин і есенцій;

- штучна ароматизація рослинними екстрактами чи запашними речовинами органічного синтезу;

- додавання замінників цукру (сахарину, аспартаму та інших подібних штучних речовин);

- виготовлення сурогатів вин і коньяків України шляхом використання виноматеріалів, вироблених екстракцією водою виноградних вичавок або ізюму;

- виготовлення сурогатів вин за відсутності продуктів переробки винограду;

- підробка вина за походженням, місцем виробництва, сортовим складом шляхом додавання виноматеріалів з гібридів прямих виробників, які не входять до затвердженого асортименту;

- етикетування, що не відповідає вимогам законодавства, використання інших видів дезінформації покупця при зовнішньому оформленні вин, вермутів, коньяків України і бренді;

- вироблення фальсифікованих коньяків України з коньячного спирту, який витримано менш як 3 роки, або з коньячного спирту, термін витримки якого менше, ніж передбачено технологічною інструкцією на виробництво цього найменування коньяку;

- збільшення екстрактивності коньячних спиртів та коньяків шляхом додавання дубового екстракту та інших подібних речовин, а також додавання ефірних масел, есенцій, ароматизаторів та інших подібних речовин.

### **Стаття 13. Зберігання вин, вермутів, коньяків України і бренді на торговельних підприємствах**

Умови зберігання вин і коньяків України на складах і в торговельних залах повинні відповідати вимогам нормативних документів.

Не допускається зберігання вин, вермутів, коньяків України і бренді на складах та їх продаж без належного зовнішнього оформлення, зазначення найменувань, походження, реквізитів виробника.

Забороняється реалізація вин, вермутів, коньяків України і бренді, що втратили товарний вигляд.

Постачальник вин, вермутів, коньяків України і бренді не несе відповідальності за втрату якості своєї продукції в торговельній мережі в разі порушення умов її зберігання або в разі закінчення гарантійних строків зберігання.

## **Розділ IV. ОРГАНИ, ЩО РЕГУЛЮЮТЬ ДІЯЛЬНІСТЬ ГАЛУЗІ ВИНОРОБСТВА І ВИНОГРАДАРСТВА ТА ЗДІЙСНЮЮТЬ КОНТРОЛЬ ЗА ДОТРИМАННЯМ ВИМОГ ЦЬОГО ЗАКОНУ**

### **Стаття 15. Відповідальність за порушення цього Закону**

За порушення вимог цього Закону щодо опорядження і утримання виноградників, які насаджені за рахунок державного фінансування,

виробництва і за фальсифікацію вин, вермутів, коньяків України і брендів посадові особи і громадяни, які займаються підприємницькою діяльністю в галузі виноградарства та виноробства, несуть дисциплінарну, адміністративну, кримінальну та цивільну відповідальність згідно із законом України.

До суб'єктів підприємницької діяльності – юридичних осіб застосовуються **фінансові санкції** в разі:

– *закладання нових чи ремонту промислових насаджень винограду нерайонованими сортами за рахунок державного фінансування* – штраф у розмірі від п'ятисот до однієї тисячі неоподатковуваних мінімумів доходів громадян з обов'язковим розкорчуванням цих виноградників і наступним відновленням площ районованими сортами за рахунок юридичної особи. До виконання цієї вимоги припиняється державне фінансування закладання нових виноградників;

– *зрідженості виноградників, насаджених за рахунок державного фінансування, від 10 до 15 відсотків* – штраф у розмірі п'ятисот неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, зрідженості від 15 до 20 відсотків – штраф у розмірі однієї тисячі неоподатковуваних мінімумів доходів громадян з установленням термінів ліквідації зрідженості, зрідженості понад 20 відсотків – штраф у розмірі двох тисяч неоподатковуваних мінімумів доходів громадян. Центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері нагляду (контролю) в агропромисловому комплексі, може бути порушено питання про повне оновлення насаджень за рахунок юридичної особи;

– *порушення правил виробництва виноробної продукції* – штраф у розмірі від п'ятисот до однієї тисячі неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

– *виготовлення з імпортних виноматеріалів вітчизняних марок вин без зазначення їх походження і місця розливу* – штраф у розмірі від двох до трьох тисяч неоподатковуваних мінімумів доходів громадян. Виручка від незаконної реалізації продукції спрямовується до державного бюджету;

– *виготовлення і реалізації фальсифікованих вин і коньяків України* – штраф у розмірі від чотирьох до п'яти тисяч неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Фальсифікація вин, вермутів, коньяків України, брендів є підставою для анулювання ліцензій на виробництво та торгівлю цією продукцією.

Фальсифіковані вина, вермути, коньяки України, брендів конфіскуються за рішенням суду і підлягають знищенню.

Прибуток, одержаний від продажу фальсифікованих вин, вермутів, коньяків України і брендів, вилучається до державного бюджету в судовому порядку податковими органами за поданням центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну аграрну політику, політику у сфері сільського господарства.

Розгляд справ щодо порушень вимог цього Закону здійснюється відповідними посадовими особами згідно із законом. У разі незгоди суб'єктів господарювання з рішенням центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері нагляду (контролю) в агропромисловому комплексі, у справі його дії можуть бути оскаржені в судовому порядку.



**ПРАВИЛА**  
**роздрібної торгівлі алкогольними напоями**  
(№ 854 від 13 липня 1996 р.)

1. Ці Правила визначають основні вимоги до роздрібної торгівлі горілкою і лікєро-горілочаними виробами, вином виноградним та плодово-ягідним, коньяком, шампанським, вином ігристим (далі – алкогольні напої) і спрямовані на забезпечення прав споживачів щодо належної якості товару і рівня торговельного обслуговування.

**Алкогольні напої** – продукти, одержані шляхом спиртового бродіння цукровмісних матеріалів або виготовлені на основі харчових спиртів з вмістом спирту етилового понад 1,2 відсотка об'ємних одиниць.

2. **Роздрібна торгівля алкогольними напоями** – діяльність з продажу алкогольних напоїв безпосередньо громадянам та іншим кінцевим споживачам для їх особистого некомерційного використання незалежно від форми розрахунків, у тому числі на розлив у ресторанах, кафе, барах, інших закладах ресторанного господарства.

Роздрібна торгівля алкогольними напоями здійснюється через спеціалізовані підприємства, в тому числі фірмові, спеціалізовані відділи (секції) підприємств з універсальним асортиментом продовольчих товарів, а також заклади ресторанного господарства.

3. Ці правила поширюються на всіх суб'єктів господарювання на території України незалежно від форм власності, які зареєстровані в установленому порядку і мають ліцензію на право роздрібної торгівлі алкогольними напоями, отриманий згідно з вимогами законодавства.

Працівники суб'єкта господарювання, які безпосередньо здійснюють зберігання та продаж алкогольних напоїв, повинні мати спеціальну професійну освіту (підготовку): знати асортимент і якісні характеристики напоїв, ознаки браку, правила підготовки напоїв до продажу, принципи їх розміщення і викладення; правила зберігання та терміни реалізації напоїв; правила роботи з реєстраторами розрахункових операцій, порядок розрахунків з покупцями; види торговельного обладнання, інвентарю і правила користування ними; санітарні норми і правила; правила техніки безпеки, правила пожежної безпеки, вимоги законодавства щодо обмеження продажу алкогольних напоїв тощо.

4. Суб'єкт господарювання зобов'язаний забезпечити стан приміщень для роздрібної торгівлі алкогольними напоями згідно із санітарно-технічними, санітарно-гігієнічними, технологічними, протипожежними та іншими нормами, а також можливість використання електронних платіжних засобів під час здійснення розрахунків за продані товари відповідно до законодавства. Суб'єкт господарювання повинен мати торговельне приміщення (будівлю) площею не менш як 20 м<sup>2</sup>, обладнане відповідним торговельно-технологічним устаткуванням (вітрини, прилавки, пристінні гірки тощо), охороною і протипожежною сигналізацією, з достатнім освітленням, опаленням і вентиляцією, а у випадках, передбачених законодавством, забезпечити умови для застосування реєстраторів розрахункових операцій, зберігання матеріальних цінностей.

5. У документах, згідно з якими до торговельної мережі надійшли алкогольні напої, повинні зазначатися реєстраційні номери сертифіката відповідності або свідоцтва про визнання відповідності.

6. Суб'єкт господарювання зобов'язаний забезпечити відповідно до законодавства надання споживачам необхідної, доступної та достовірної і своєчасної інформації про товари, а також на вимогу споживачів – інформації про сертифікацію продукції, документи про її якість, безпеку та ціну.

7. Зручний для населення **режим роботи** спеціалізованих магазинів, спеціалізованих відділів, секцій комунальної форми власності встановлюється виконавчими органами сільських, селищних, міських рад.

Зручний для населення режим роботи спеціалізованих магазинів, відділів, секцій інших форм власності встановлюється виконавчими органами сільських, селищних, міських рад за погодженням з власником цього об'єкта.

8. Суб'єкту господарювання, який здійснює роздрібну торгівлю алкогольними напоями, **забороняється приймати** для продажу та зберігання алкогольні напої від юридичних і фізичних осіб, які не мають ліцензії на виробництво або на право імпорту чи оптової торгівлі алкогольними напоями.

9. **Роздрібна торгівля алкогольними напоями забороняється:**

– у приміщеннях та на території навчальних закладів, закладів охорони здоров'я, крім ресторанів, що розміщені на території санаторіїв;

– у приміщеннях спеціалізованих торговельних організацій, що здійснюють торгівлю товарами дитячого асортименту або спортивними товарами, а також у відповідних відділах (секціях) універсальних торговельних організацій;

– у закритих спортивних спорудах (крім пива у пластиковій тарі);

– з торгових автоматів;

– з рук;

– у невизначених для цього місцях.

10. **Продаж алкогольних напоїв громадянам, які не досягли 18-річного віку, забороняється.** В разі виникнення сумніву щодо віку покупця продаж алкогольних напоїв здійснюється за умови **пред'явлення документа**, що засвідчує його вік.

11. Не дозволяється здійснювати продаж алкогольних напоїв працівниками суб'єкта господарювання, яким не виповнилося 18 років.

12. Зберігання та реалізація алкогольних напоїв, крім алкогольних напоїв з вмістом спирту етилового від 1,2 до 8,5 відсотка об'ємних одиниць, вироблених в Україні, дозволяється тільки за **наявності марки акцизного податку** на пляшці або на іншій тарі згідно із законодавством.

Порядок запровадження марок акцизного збору регулюється законодавством.

13. Пакування, маркування, транспортування, приймання, зберігання, продаж алкогольних напоїв здійснюються відповідно до вимог, передбачених законодавством та нормативними документами.

14. Алкогольні напої повинні бути марковані в доступній для споживача формі згідно із законодавством про мови.

На **лицьовій стороні етикетки** кожної пляшки або самої пляшки (іншого посуду) **горілки та лікєро-горілочаних** виробів **зазначаються:**

– загальна та власна назви виробу;

– найменування виробника;

– знак для товарів і послуг;

- географічна назва місця виготовлення виробу, якщо найменування виробника не відображає місця розташування суб'єкта господарювання;
- вміст спирту (% об.);
- місткість посуду;
- штриховий код повинен бути нанесений на видиму сторону етикетки або контретикетки, чи пляшки (іншого посуду);
- вміст цукру (якщо це регламентується нормативними документами);
- позначення нормативного документа (для вітчизняної продукції).

На видимій стороні етикетки або контретикетки, або корка, або пляшки (іншого посуду) повинні бути зазначені дата виготовлення виробу, код суб'єкта господарювання та номер ліцензії на виробництво.

На **лицьовій стороні етикетки** кожної пляшки або самої пляшки (іншого посуду) продукції **виноробства зазначаються**:

- назва держави;
- найменування суб'єкта господарювання та його місцезнаходження;
- знак для товарів і послуг;
- назва продукції;
- місткість посуду;
- вміст спирту (% об.);
- вміст цукру (крім сухих, шампанських, ігристих вин та коньяку) (% мас.);
- дата виготовлення (на видимій стороні етикетки або контретикетки, або корка, або пляшки (іншого посуду);
- позначення нормативного документа (для продукції вітчизняного виробництва, призначеної для реалізації на території України);
- штриховий код повинен бути нанесений на видиму сторону етикетки або контретикетки, або пляшки (іншого посуду);
- наявність ароматизаторів, барвників (у разі їх використання).

Термін витримки марочних вин та позначення "Марочне", вік коньячних спиртів марочних коньяків і коньяків спеціальних назв повинні бути зазначені на **кольєретці**.

На пляшках з колекційними винами та коньяками повинні бути наклеєні додаткові ярлики із зазначенням "Колекційне (колекційний), додатково витримане (витриманий) в колекції \_\_\_ років".

На шийку пляшки з колекційним вином повинна бути наклеєна кольєретка із зазначенням року урожаю винограду, з якого виготовлене вино.

На етикетках пляшок з вином контрольованих за походженням назв обов'язково повинен бути напис "Вино контрольованих за походженням назв", а на **контретикетках** – схематичне зображення території району, де виготовлене вино, із позначенням виноградних ділянок.

На пляшці з вермутом повинна бути контретикетка або додаткова етикетка, на якій зазначаються дані про основний склад компонентів напою і погоджені з Міністерством охорони здоров'я рекомендації щодо його вживання.

На пляшки з усіма видами продукції виноробства можуть бути наклеєні контретикетки, які містять додаткову інформацію про напої.

Етикетки на алкогольні напої, які реалізуються в закладах ресторанного господарства, повинні бути засвідчені підписом відповідальної особи.

15. **Не дозволяється продаж алкогольних напоїв** у пляшках (іншій тарі) без етикеток або чіткого маркування, з наявними ознаками бою (тріщини,

сколювання шийки, пошкодження закорковування тощо), у негерметично закоркованих пляшках, з наявністю сторонніх і завислих частинок або каламуті, осаду (якщо це не передбачено нормативним документом, обов'язковим до виконання), строк придатності яких минув.

Вина шампанські, ігристі та тихі, вермути, коньяки України і брендів, в яких після закінчення гарантійних строків зберігання не з'явилось помутніння чи видимого осаду, придатні для подальшого зберігання та реалізації.

Продаж колекційних вин з осадами, що швидко осідають і не створюють мути, дозволяється, якщо це передбачено нормативним документом, обов'язковим до виконання.

Продаж горілки та лікєро-горілочаних виробів здійснюється виключно у передбаченій діючими стандартами скляній тарі, бляшанках із харчового алюмінію, а також у сувенірних пляшках та художньо оформленому посуді із скла чи глазурованої кераміки місткістю 0,05 л, 0,1 л, 0,2 л, 0,25 л, 0,275 л, 0,33 л, 0,35 л, 0,37 л, 0,375 л, 0,4 л, 0,45 л, 0,5 л, 0,61 л, 0,7 л, 0,75 л, 1,0 л і більше.

Продаж виноробної продукції здійснюється виключно у передбаченій діючими стандартами скляній тарі, а також у сувенірних пляшках, художньо оформленому посуді із скла, глазурованої кераміки або дерева, упаковці типу "Tetra-Pak" і "Bag in box" місткістю 0,05 л, 0,1 л, 0,2 л, 0,25 л, 0,275 л, 0,35 л, 0,375 л, 0,4 л, 0,45 л, 0,5 л, 0,61 л, 0,68 л, 0,7 л, 0,75 л, 0,8 л, 1,0 л і більше. Продаж вин виноградних натуральних сухих здійснюється також у тарі (посуді) місткістю від 100 до 500 л, виготовленій з матеріалів, дозволених для контакту з алкогольними напоями.

Продаж вин сухих із доданням спирту (виноматеріалів оброблених) виноградних ординарних і марочних здійснюється також у тарі (посуді) місткістю від 50 до 600 л, виготовленій з матеріалів, дозволених для контакту з алкогольними напоями. При цьому суб'єкти господарювання повинні дотримуватися вимог законодавства щодо умов та термінів зберігання зазначеної продукції, наявності необхідної, доступної та достовірної інформації про товар із супровідних документів, передбачених законодавством, санітарно-епідеміологічних вимог.

Установлені цим пунктом вимоги до місткості тари (посуду) не застосовуються до алкогольних напоїв імпортного виробництва.

**16. Зберігання алкогольних напоїв** здійснюється в місцях зберігання алкогольних напоїв, внесених до Єдиного державного реєстру місць зберігання, які відповідають вимогам нормативно-правових актів з питань охорони праці, здоров'я та навколишнього природного середовища, протипожежної безпеки, а також санітарних норм і правил. Місця зберігання алкогольних напоїв повинні добре вентилуватися, не мати стороннього запаху, бути непроникними для прямих променів світла, обладнані охоронною сигналізацією. Алкогольні напої розміщуються в місцях зберігання за групами, видами, марками.

Суб'єкти господарювання, які отримали ліцензію на роздрібну торгівлю алкогольними напоями, вносять до Єдиного державного реєстру місць зберігання тільки ті місця зберігання алкогольних напоїв, що розташовані за іншою адресою, ніж місце здійснення торгівлі.

**17. Закорковані пляшки з алкогольними напоями зберігають у горизонтальному положенні з метою запобігання висиханню корку, а пляшки з іншою укупоркою – у вертикальному положенні.**

**18. Алкогольні напої зберігають при температурі:**

- горілку та горілку особливу – від -5°C до +25°C;
- лікєро-горілчані вироби – від +10°C до +25°C і відносній вологості повітря не більш як 85 відсотків;
- вино – від +8°C до +16°C (напівсолодке, напівсухе – від -2°C до +8°C);
- коньяк – не менш як +5°C.

19. У торговельному залі на відповідному торговельному обладнанні повинні бути виставлені алкогольні напої у повному асортименті, наявному у суб'єкта господарювання.

Алкогольні напої розміщують за групами, видами і марками на пристінних гірках, столах, прилавках.

20. Перед продажем алкогольних напоїв продавцем обов'язково **перевіряється їх якість** за зовнішнім виглядом (прозорість, колір, інші ознаки, які піддаються перевірці без відкупорювання одиниці пакування).

21. Суб'єкт господарювання повинен забезпечити інформування споживача про **роздрібні ціни** на алкогольні напої за допомогою ярликів цін (цінників) на зразках напоїв, що перебувають у продажу. На ціннику чітко зазначається назва напою, місткість, ціна за одиницю товару у грошовій одиниці України. На зворотному боці цінника повинен бути підпис особи, відповідальної за визначення ціни, і дата.

22. **Продаж алкогольних напоїв на розлив** для споживання на місці здійснюється тільки закладами ресторанного господарства та спеціалізованими відділами підприємств, що мають статус закладів ресторанного господарства, підприємств з універсальним асортиментом товарів.

Продаж на розлив вин виноградних натуральних сухих з тари (посуду) місткістю від 50 до 600 л, виготовленої з матеріалів, дозволених для контакту з алкогольними напоями, може здійснюватися закладами ресторанного господарства, якщо в ліцензії на право роздрібної торгівлі алкогольними напоями про це є відповідний запис органу, що видав таку ліцензію.

Продаж вин сухих із доданням спирту (виноматеріалів оброблених) виноградних власного виробництва ординарних та марочних на розлив з тари (посуду) місткістю від 50 до 600 л, виготовленої з матеріалів, дозволених для контакту з алкогольними напоями, здійснюється підприємствам первинного та змішаного виноробства виключно за місцем їх розташування у межах адміністративно-територіальних одиниць (міст, селищ, сіл), якщо в ліцензії на право роздрібної торгівлі алкогольними напоями про це є відповідний запис органу, що видав таку ліцензію. Річні обсяги продажу вин (виноматеріалів оброблених) на розлив такими підприємствами не можуть перевищувати 20 відсотків річного обсягу вироблених виноматеріалів.

**Забороняється торгівля алкогольними напоями на розлив** у закладах ресторанного господарства за відсутності належних санітарно-гігієнічних умов та обладнання (забезпеченість проточною питною водою, посудом, мірними місткостями, одноразовим посудом тощо, наявність умов для миття посуду) та інших вимог, передбачених законодавством.

Забороняється під час продажу алкогольних напоїв на розлив для споживання на місці мити посуд у тазах, відрах тощо.

Перед використанням посуду необхідно промивати чистою проточною водою чи за допомогою спеціальних пристроїв.

Посуд для відпуску алкогольних напоїв, мірні ємкості, інший інвентар, торговельно-технологічне обладнання повинні утримуватися в чистоті відповідно до санітарних правил, затверджених в установленому порядку.

Забороняється повторне використання одноразового посуду.

23. **Забороняється** під час продажу алкогольних напоїв на розлив у закладах ресторанного господарства **змішувати напої різних видів і марок**, крім виготовлення коктейлів. Технологічні, калькуляційні картки на коктейлі погоджуються із санітарно-епідеміологічною службою, затверджуються керівником підприємства та бухгалтером.

24. Наповнення мірних ємкостей (колб, циліндрів тощо) проводять до мірної позначки (риски) відповідного об'єму, при цьому мірні ємкості повинні знаходитися на горизонтальній поверхні. Мірою місткості повинен бути посуд, який має шкалу або відмітки з нанесеними цифровими значеннями місткості та тавро державної повірки.

25. Заклади ресторанного господарства повинні мати прейскуранти цін на алкогольні напої, де зазначаються назва напою, вміст пляшки, ціна за пляшку, ціна за 50 та 100 мілілітрів напою у грошовій одиниці України.

Прейскуранти на алкогольні напої підписуються керівником та бухгалтером суб'єкта господарювання і повинні бути доступні для ознайомлення споживача.

26. Під час продажу алкогольних напоїв продавець зобов'язаний видати споживачеві **розрахунковий документ** встановленої форми, що засвідчує факт купівлі, з позначкою про дату продажу.

27. У разі виявлення недоліків, фальсифікації алкогольних напоїв, продажу їх неналежної якості **споживач має право вимагати** від суб'єкта господарювання:

- заміни на аналогічний товар належної якості;
- заміни на товар іншого виду, марки з відповідним перерахуванням купівельної ціни;
- повернення коштів;
- відшкодування заподіяних йому збитків та шкоди в порядку, передбаченому законодавством.

28. Алкогольні напої належної якості обміну та поверненню не підлягають.

29. Суб'єкти господарювання (юридичні та фізичні особи), які мають право на роздрібну торгівлю алкогольними напоями, та їх працівники зобов'язані дотримуватися відповідних Законів України та інших нормативних документів прямо чи/та побічно регламентуючих торговельну діяльність.

За їх порушення працівники несуть відповідальність згідно із законодавством.

30. Суб'єкт господарювання повинен забезпечити **наявність** на видному та доступному для споживачів місці **куточка**, в якому розміщуються інформація про найменування власника торговельного об'єкта, місцезнаходження і номери телефонів органів, що забезпечують захист прав споживачів, витяги із Закону України «Про захист прав споживачів», цих Правил, книга відгуків та пропозицій, а у випадках, передбачених законом, копії відповідних дозвільних документів.

31. Контроль за дотриманням цих Правил здійснюється посадовими особами органів виконавчої влади у межах їхньої компетенції та в установленому порядку.