

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ**  
**ТЕХНОЛОГІЙ**

**Кафедра – Технології ресторанного і оздоровчого харчування**

**РОБОТА НА КОНКУРС**  
**«Історія моєї академії»**

на тему:

**"Історія та розвиток факультету ІТХіРГБ"**



Роботу виконала:  
студентка 1 курсу  
групи ТХ-209с  
Факультету ІТХіРГБ  
Буданова С.О.  
Науковий керівник:  
Голінська Яна Андріївна

**Одеса 2021**

Загальна характеристика роботи: Об'єм – 26 стор.

Кількість рисунків – 21

Використаних літературних джерел – 7

## Анотація

Назва роботи – Історія та розвиток факультету ІТХіРГБ

П.І.Б. – Буданова Сніжана Олексіївна

Студентка – ТХ-209с

Керівник – Голінська Яна Андріївна

Ведуча кафедра – технології ресторанного і оздоровчого харчування

Ресторанне господарство - це сфера людської діяльності, що в останні роки стрімко розвивається. У всьому цивілізованому світі воно є одним із найбільш розповсюджених видів малого бізнесу, тому між закладами та підприємствами постійно точиться боротьба за оптимальне позиціонування на ринку та найбільш перспективні його сегменти; за пошук нових та утримання постійних клієнтів. Ресторани виконують роль не тільки підприємства харчування, але і розважального центру, в який люди приходять крім того, щоб втамувати голод, відпочити, отримати позитивні емоції від атмосфери гостинності.

Ресторанний бізнес- заняття професіоналів, оскільки лише вони можуть врахувати безліч чинників, що впливають на популярність і, як наслідок, прибутковість того чи іншого ресторану. Саме такі професіонали випускаються з нашої Одеської Національної Академії Харчових Технологій.



## Зміст

<b>Анотація .....</b>	<b>2</b>
Вступ.....	4
1.Історія ресторанного бізнесу .....	5
1.1 Виникнення перших закладів харчування .....	6
2.Ресторанний бізнес на даний момент .....	9
2.1. Фактори, що впливають на розвиток ресторанного бізнесу ....	13
2.2. Майбутнє кулінарії .....	15
3. Історія факультету .....	18
4. Історія кафедри.....	23
Висновок .....	25
Список літературних джерел .....	26

## Вступ

Роль ресторанного господарства на сучасному етапі визначається характером і масштабами потреб людей у послугах з організації споживання матеріальних і духовних благ. Ресторатори в конкурентній боротьбі за споживачів використовують різні інструменти: авторську, креативну та кухню ф'южн спрямування, в останні роки - молекулярну; високоякісне спеціалізоване та поліфункціональне устаткування; висококласні посуд та аксесуари сервірування; сучасний дизайн; музичне обслуговування, в тому числі шоу-програми, пропонують послуги сомельє, фумельє, бариста, впроваджують різні дисконтні програми та інші атрактивні елементи тощо.

Послуги закладів ресторанного господарства є важливим елементом обслуговування туристів. Ця сфера в комплексі туристичних послуг швидко розвивається і в майбутньому може стати важливим сектором туристичної діяльності. Зберігаючи кращі традиції національної кухні, заклади ресторанного господарства є візитною карткою гостинності кожного міста та й усієї України, популярною формою проведення дозвілля та спілкування, ознакою престижу і добробуту.



# 1. Історія ресторанного бізнесу

Розвиток ресторанного бізнесу має велику історію і початок його з далекого минулого. Іван Грозний піклується про те, щоб на Русі не процвітало пияцтво, заборонив продавати спиртне. Тільки в царських шинках був дозволений продаж спиртних напоїв, що приносив гарний прибуток. У середині XIX століття шинки почали називати питними будинками. Такі заклади могли бути вже не тільки державними. Разом з випивкою в питних будинках вже можна було купити гарячі страви та закуски, чай з пиріжками. Трохи згодом, замість питних будинків з'явилися трактири, у яких була одна мета - забезпечити народ їжею і напоями. У цих закладах страви були виключно російської національної кухні. Свого часу трактири користувалися великою популярністю. А ось кількість ресторанів було дуже малим, та й доступні вони були лише для еліти. Кінець XIX століття ознаменувався появою різних чайних, кав'ярень, харчевень, а також перших не елітних



ресторанів. Вже на початку XX століття у великих містах трактири потроху витіснялися ресторанами. Збільшення їх кількості призвело до класифікації ресторанів по категоріях. Також

з'являються перші ресторани. Відкриваються в цей період ресторани в основному були майном французів і німців. У післяреволюційний період безліч ресторанів була закрита, оскільки вважалося, що цей час не для розваг. Відродження ресторанної справи почалося в 50-і роки. Воно процвітало до 70-х, а в 80-х ресторанам довелося пережити значні труднощі через період дефіциту. Перші недержавні ресторани виникли на тлі краху Радянського Союзу і перебудови. З цього часу розвиток ресторанного бізнесу набув більш динамічного і стабільного характеру.

## 1.1 Виникнення перших закладів харчування

Заклади харчування - праобрази сучасних ресторанів, - відомі віддавна. Згадки про подібні підприємства - таверни - містять стародавні манускрипти, зокрема Кодекс царя Вавилонії Хамурапі, написаний близько 1700 р. до н. е.

У Стародавній Греції вже в I тис. до н. е. таверни були невід'ємною складовою суспільного життя. Насамперед вони були призначені для надання послуг харчування. Дещо пізніше, з розвитком торгівлі, з'явився такий тип підприємств, як постоялі двори. Найбільш розгалужена мережа постоялих дворів була створена на території Римської імперії. Постоялі двори розташовувались уздовж головних доріг, у містах і селах, на відстані 25 миль (40,225 км) один від одного. Послуги у таких закладах надавались за класовою ознакою: ні купці, ані інші відвідувачі - представники простих станів - не могли харчуватися разом з державними службовцями чи урядовими гінцями. Ця обставина вплинула на якість та асортимент послуг: і таверни, і постоялі двори, призначені для обслуговування населення нижчих станів, надавали мінімальні послуги харчування та розміщення.

Розвитку закладів харчування сприяло пожвавлення торговельних зв'язків з країнами Близького Сходу та Азії, зокрема, в тих регіонах, територією яких пролягали важливі торговельні шляхи і пересувались каравани. На відпочинок каравани зупинялись у караван-сараях, відомих з II-I тис. до н. е. Особливого поширення вони набули в середньовіччя, у ст. Відстань між караван-сараями зазвичай становила 30-40 км, що відповідало денному переходу каравана.

У середньовічній Османській імперії, від Кавказу на півночі до Середземномор'я на півдні, діяла розгалужена мережа караван-сараїв. Найзахідніші караван-сараї були розташовані поблизу сучасної Шкодри в Албанії і навіть біля озера Врана (сучасна Хорватія), а найсхідніші - в Афганістані.

У караван-сараях, можна було не лише попоїсти чи переночувати. Тут були лазні, пункти обміну грошових знаків і торгівлі тощо.

Після падіння Римської імперії 476 р. в розвитку підприємств харчування розпочався новий період.

Вагомим чинником розвитку підприємств середньовіччя були релігійні традиції. В цей час помітно збільшується кількість паломників, ночівлю та харчування для яких організовували монастирі. Подібні функції здійснювали й інші заклади. Так, за наказом імператора Карла Великого (742-814), були створені спеціальні будинки для відпочинку паломників. Тут можна було скористатися послугами цирюльника, шевця, отримати безкоштовно хліб, фрукти, горіхи тощо.

Безкоштовні послуги монастирів гальмували розвиток приватних підприємств. В Англії поштовхом до розвитку постійних дворів і таверн стала секуляризація монастирів у період пізнього Середньовіччя. Мандрівники вже не могли розраховувати на безкоштовні послуги розміщення та харчування і вимушені були звертатися до приватних постійних дворів.

Одним із закладів харчування, в якому подавали насамперед алкогольні напої, були кнайпи. Цей аналог кафе або невеликого ресторану набув особливого поширення у Галичині, зокрема, у Львові.

На території Московського царства Іван IV заборонив продавати горілку, а пити її дозволив тільки опричникам і для цього наказав побудувати особливий будинок, який назвали "кабак". Цю назву згодом замінили на "питний будинок". У багатьох таких будинках, окрім міцних напоїв, продавалися закуски, гарячі страви, різні юшки, пироги і чай, а до чаю - варення та різні солодощі. На зміну питним будинкам і шинкам пізніше, у XVIII ст., прийшли трактири, які відігравали провідну роль у забезпеченні населення їжею і напоями як у містах, так і в сільській місцевості. Трактири поділялися на заклади, які пропонували кімнати та харчування, та на заклади, що пропонували лише харчування та напої. Отже, трактирними закладами вважалися: безпосередньо трактири, ресторації, харчевні, буфети при театрах, балаганах, на пароплавах, в клубах, публічних закладах; фруктові лавки.

У XV ст. постійні двори створювались при "ямах" - поштових станціях, які знаходились одна від одної на відстані кінного переходу. Послуги розміщення та харчування доповнювали послуги перевезення, якими займалася "ямська служба".



У XVI - першій половині XVII ст. одним із торговельних центрів Східної Європи був Київ. Через нього проходили купецькі каравани з Польщі, Кримського ханства, Туреччини, Молдови, Греції, Угорщини, інших країн Західної Європи, що прямували до Московської держави. Українські купці мали право безмитної торгівлі в прикордонних містах Московії. Для них створювалися спеціальні гостинні двори. На чумацьких і торговельних шляхах України здавались в оренду корчми, що не тільки провадили торгівлю алкогольними напоями, а й слугували місцем ночівлі для подорожніх.

Постоялі двори вздовж доріг проіснували до середини XIX ст. і припинили своє існування з виникненням і поширенням залізниць.





## 2. Ресторанний бізнес на даний момент

На даний момент ресторанний бізнес переживає помітний підйом. Що з'явилася останнім часом тенденція до зростання рівня життя населення підвищує попит на послуги підприємств індустрії гостинності, далеко не останню роль в якій грають підприємства харчування ресторанного типу. Сучасний ресторан виконує роль не тільки підприємства харчування, але і розважального центру, в який люди приходять крім того, щоб втамувати голод, відпочити, отримати позитивні емоції від атмосфери гостинності. В останні роки ми все більше перетворюємося на шукачів задоволень, людей, які потребують постійної стимуляції і негайне задоволення численних і різноманітних бажань.

Сьогодні ресторанний бізнес в усьому світі вважається одним з найбільш швидко окупних напрямків інвестування. Так, порівняно невеликі капітальні витрати на створення ресторану можуть окупитися протягом 2-3 років. У той же час, ресторанний бізнес є одним з найбільш ризикованих, оскільки помилка, допущена лише в одному з безлічі ключових факторів успіху, може зумовити збитковість бізнесу в цілому.

Відповідно до експертних оцінок, більшість невдач в сфері роздрібною торгівлі обумовлені організаційно-економічними факторами, серед яких виділяються наступні: втрата ринку, неспроможність клієнтури, а також відсутність особистого досвіду (некомпетентність або безсистемний підхід до справи).

Відповідно до думки рестораторів, найбільш поширеними причинами банкрутства є:

1. Брак коштів. У ресторатора можуть закінчитися гроші, перш ніж ресторан приверне достатню кількість відвідувачів і стане прибутковим.

2. Неefективне управління. Це досить банальна причина, але її ніяк не можна скидати з рахунків.



Лідуючі позиції на світовому ринку ресторанного бізнесу займає Європа, яка по праву вважається Батьківщиною сучасних підприємств харчування, а також законодавцем світових тенденцій ресторанного бізнесу. Саме європейський ресторанний бізнес є найбільш стабільним в світі, що безперечно робить його прикладом для наслідування, досвідченим «старшим братом» на міжнародному ресторанному ринку.



Мода на здоровий спосіб життя також вплинула на культуру харчування, визначивши ще одну світову тенденцію розвитку ресторанного бізнесу - вживання здорової їжі (тобто якісних продуктів, що пройшли мінімальну обробку), що стало вимогою часу. Суттєвою проблемою на сьогоднішній день є труднощі перевірки якості продуктів харчування в місці їх споживання, встановлення «чистоти» продуктів (відсутність шкідливих речовин, добрив і т.д.)

Тому зростає потреба в контролі якості сировини, його сертифікації на безпеку вживання. Незважаючи на це, тенденція переходу на екологічні продукти

харчування набуває все більшої популярності. Вже зараз у багатьох країнах люди готові платити великі гроші за чисті продукти, але для цього знадобилося 30 років підготовки.

Зростаючий інтерес до здорової і смачної їжі вплинув на появу ще декількох популярних напрямків ресторанного бізнесу. По-перше, набирає популярність формат *penkitchen*: клієнти хочуть бачити, як і з чого для них готують. По-друге, затребуваний такий напрямок, як *slowfood*, який ґрунтується на повільному вживанні смачної і здорової їжі, вихованні смаку у клієнтів і повернення у них поваги до їжі. Тому при приготуванні використовується мінімум обробки: клієнти хочуть відчувати смак продукту, а не численних спецій. А в меню - все більше страв з овочів і фруктів. Овочі – це одні з найпопулярніших продуктів у світі. В результаті зростає кількість суп-барів, салат-барів, збільшується число вегетаріанських ресторанів.

Ресторани стають більш демократичними, ресторатори – більш професійними, а конкуренція - більш жорсткішою. В таких умовах виживають найсильніші, утворюються ресторанні мережі і ведеться постійна боротьба за клієнта, якого постійно дивують, заохочують і цінують.



Сьогодні в Україні відкривається багато ресторанів, створених повністю відповідно до останніх модних тенденцій. Але вони недовговічні - адже мода швидко проходить. Тому важливо пам'ятати, що головне - не мода, а хороший смак.

Серед найбільш поширених інновацій у ресторанному бізнесі слід відзначити

такі:

- 1) Безкоштовний Wi-Fi у закладі.
- 2) Приготування кухарем фірмової страви закладу перед публікою (поряд з робочим місцем кухаря на кухні встановлюють камери, а по монітору на столику за його діями спостерігають лише ті відвідувачі, кому це цікаво).
- 3) Інтерактивне електронне меню, яке позбавляє клієнта від великої кількості паперових сторінок і окремих винно-коктейльних карт.

Електронне меню є каналом зв'язку між адміністрацією та відвідувачами і дозволяє рестораторам швидко редагувати меню і вносити до нього нові страви. Клієнт може підібрати з карти вин закладу вино за ціною, регіоном, роком врожаю та букетом, а потім до нього – страву з меню, підрахувати калорійність страв і відразу ж побачити остаточний чек замовлення. В очікуванні замовлення він може пограти в ігри, почитати новини, побродити по Інтернету.

4) Використання QR-кодів. Їх можна розміщувати на будь-яких носіях, починаючи від касових чеків і меню та закінчуючи вивісками і столиками. Сканувати QR-код можна мобільним телефоном або відеокамерою ноутбука і зберегти у закладках свого гаджета. У QR-коді можна закодувати безліч інформації – історію закладу, авторство унікальних деталей інтер'єру, меню з детальною інформацією про страви. За допомогою QR-кодів ресторан може сповіщати своїх клієнтів про акції, реалізовувати програми лояльності, влаштовувати інтерактивні опитування та голосування, отримувати відгуки про ресторан від клієнтів. Можна познайомити відвідувачів ресторану із сайтом закладу, запросити приєднатися до груп у соцмережах і підписатися на інформаційну розсилку. Використання QR-кодів відкриває нові



необмежені можливості для on-line взаємодії компаній із своїми споживачами.

5) Інтерактивний стіл – сучасне мультимедійне рішення, яке дозволяє клієнту обрати страву, прочитати про неї всю необхідну інформацію, зробити замовлення, яке одразу ж відправляється на кухню, включити онлайн-трансляцію приготування страви. Інтерактивні столи також є своєрідними посередниками між відвідувачами – можна знайомитися, обмінюватися цікавою інформацією, грати в шахи з відвідувачами за сусідніми столиками.

б) Інтерактивний бар – це інформаційно-розважальна система, вбудована в барну стійку. По суті це інтерактивний екран, який відображає відео ефекти, характер та інтенсивність яких диктуються наявністю предметів на стійці та поведінкою людини (склянка, ключі, мобільний телефон – усе, що залишить



відвідувач на поверхні барної стійки, влаштує світлову виставу). Призначення такої технології – розважати клієнта і утримувати його у барі якомога довше.

В Україні на заваді ефективному впровадженню інновацій на підприємствах

ресторанного господарства, передусім стоять: низькі фінансові можливості підприємств, відсутність матеріальної мотивації, неналежна для реалізації інновації кваліфікація персоналу та опір інноваціям з боку колективу підприємства. Ресторанний бізнес найбільш активно розвивається у великих містах, причому правила розвитку диктує економічна ситуація в місті, традиції та менталітет, воля окремих рестораторів та мереж. За даними розробників проекту «100 кращих ресторанів України», який, використовуючи технологію Mystery Guest, щороку визначає найкращі заклади країни за результатами реального тестування – 60% кращих ресторанів розташовуються в Києві.

Безсумнівно, український ресторанний ринок має величезний потенціал і перспективи розвитку, а запозичення зарубіжного досвіду - це перший крок до високорозвиненому ресторанного господарства, що з'єднує в собі як міжнародні, так і національні риси.

## **2.1. Фактори, що впливають на розвиток ресторанного бізнесу**

Місце для організації успішного ресторанного бізнесу грає одне з вирішальних значень. Розглянемо деякі проблеми, пов'язані з місцем розміщення.

Дорогий ресторан з претензією на елітність організують далеко від центру, поблизу галасливої вулиці. Результат - за два місяці роботи його не відвідали і двохсот клієнтів. На рекламу витрачено близько десяти тисяч доларів. Висновок: якщо елітний ресторан організувати, умовно кажучи, на задвірках цивілізації йому швидше за все нічого не допоможе. Начебто очевидна річ, але такий факт, на жаль, не єдиний.

Недостатній рівень теплового комфорту приміщення, недостатньо добре продумана система вентиляції. Все це, здавалося б, дрібниці, але при багатстві вибору ресторанів грає значення кожна деталь.

Спочатку необхідно визначитися з типом розміщення вашого ресторану, зрозуміти чому і в яких випадках люди відвідують його. І власне хто відвідує. Назва повинна відповідати концепції вашого ресторану. При цьому воно не повинно бути пародією на ресторан. Це те, що вбиває бажання відвідати такий ресторан відразу і назавжди. Спроба бути оригінальним допускається тільки після тестування назви потенційними клієнтами. Ресторан повинен бути чітко позначений на місцевості. Вивіска і зовнішнє оформлення повинні максимально точно говорити клієнту про те, що його чекає всередині. Вивіска і інші елементи зовнішньої реклами мають бути чітко видно здалеку.

Практично кожен ресторан може робити свою сувенірну продукцію. Проблема тільки в тому, що практично ніде її немає. Простий дешевий сувенір часто може виявитися набагато більш ефективним засобом утримання клієнтів, ніж знижки. Рекомендується робити типові сувеніри на кшталт сірників. Додатково бажано виготовляти сувенірну продукцію, відповідну букві і духу вашого закладу. Винайти можна що завгодно незліченну кількість разів. Проте потрібно розуміти головне: ресторан - це місце, де люди не тільки їдять. Вони йдуть в ресторан щоб їх зокрема ще й обслужили виходячи з можливостей гостя і закладу. Очевидно, що той ресторан, який зможе краще за інших обслуговувати своїх гостей буде мати перевагу.

Якщо говорити про знижки - то треба розуміти, що вони приваблюють відвідувачів недорогих ресторанів. Знижка починає сприйматися суттєвою приблизно з 12%. А щоб покрити збитки від знижок потрібно залучити відповідну додаткову кількість клієнтів в ресторан. У дорогих ресторанах важливіше нематеріальні бонуси.

Багато ресторанів при своїй організації не розглядали шоу-програму як складову частину своєї роботи. Але коли справи починають йти не дуже добре, про це згадують у першу чергу. Однак, потрібно оцінити свої можливості. Багато приміщень не пристосовані для виступів. Артисти починають заважати відвідувачам.

Фонову музику не можна віддавати на відкуп персоналу. Її ще потрібно ретельно підбирати і тільки потім видавати в зал. Шоу-програми повинні відповідати концепції вашого закладу. Будь-яка невідповідність, навіть не очевидна, буде інтуїтивно помічена вашими клієнтами.

Таким чином, якщо опустити деякі проміжні стадії, то першим кроком, або етапом на шляху створення ефективно працюючого бізнесу є діагностика діяльності ресторану. Немає необхідності описувати використовувані при цьому технології і методики. Їх досить багато. Причому, важливо не слідувати сліпо технологіям. Це шлях до отримання абстрактного, а не конкретного результату. На жаль, ми бачили результати подібних робіт.

Видів ресторанів дуже багато. І в кожному конкретному випадку відбувається адаптація набору стандартних прийомів саме під існуючий ресторан. А саме: місце розташування, тип ресторану, сформований колектив, зовнішнє оточення, меню, цінову політику, коло клієнтів, які відвідують ресторан зараз, атмосферу і багато інших чинників.





## 2.2. Майбутнє кулінарії

Найсучасніший напрямок в кулінарії, як відомо, це – молекулярна кухня. Термін «молекулярна кухня» з'явився відносно недавно, хоча принципи наукового підходу до приготування їжі були викладені ще у IV-II столітті до нашої ери. З тих пір багато кулінарів і вчених виявляли інтерес до приготування їжі з використанням законів фізики і хімії. Особливо це стосувалося питань заготівлі продуктів «про запас», наприклад, м'яса і молочних продуктів. Так що різні способи консервування теж можна вважати частиною такої кухні. Рецепти теплової та хімічної обробки продуктів зустрічаються як в античних рукописах, так і текстах, написаних європейськими кулінарами. Одним з попередників сучасних творців «молекулярної кухні» або «молекулярної кулінарії» був відомий кухар Марі-



Антуан Карем (1784- 1833):

«Коли варите м'ясний бульйон, вода повинна закипати дуже повільно, інакше альбумін (білок крові) згущується; вода, не встигає пройти через м'ясо і перешкоджає відділенню студенистої частини («м'ясний навар») ... »Джозеф Прістлі, який винайшов «газовану воду», відвідував свого колегу Антуана-Лорана де Лавуазьє, французького хіміка і аристократа. Вони обговорювали експерименти з металами, повітрям і газами. Де Лавуазьє також працював над дослідженнями питання збереження

якості м'яса на тривалий термін. Пізніше, в своїх працях, де Лавуазьє описав залежність якості харчів від їх щільності.

Він писав про свої експерименти: «Всякий раз, коли розглядаєш знайомі об'єкти, найпростіші речі, неможливо не дивуватися, як наші ідеї невизначені і сумнівні, і як важливо затвердити їх експериментами і фактами».



Сучасне визначення «молекулярної кухні» має кілька значень. Найпопулярніше з них - розділ науки про продукти харчування, що вивчає фізичні і хімічні процеси під час приготування їжі, а також способи їх практичного застосування поряд з соціальними, артистичними і технічними складовими

гастрономії. Іншими словами, це сучасний стиль кулінарії, який реалізується за допомогою науки і використовує найсучасніші наукові знання, перетворюючи кухню в «лабораторію» вченого-кулінара.

Термін «молекулярна кулінарія» введений у вжиток в 1992 році фізиком Ніколасом Курті і французьким хіміком Ерве Тис.

Так називався цикл семінарів, які проводилися ентузіастами Курті і Тис спочатку в Італії, а потім по всьому світу. Учасники семінарів - вчені та професійні кухарі об'єдналися з метою зробити інноваційний «прорив» в способах приготування їжі. У сучасній «молекулярній кухні», поряд з іншими способами обробки продуктів, використовуються властивості газів - закису азоту, вуглекислого газу. Продукти змішуються, збиваються, змінюють властивості, об'єм, а якщо потрібно - смак. Всі ці «перетворення» часто здійснюються за допомогою Кремера - універсального сифона.

Зараз на новий рівень вийшли вироби з мастики. Вона була винайдена в XVI столітті. У цей час мастика була відома як глазур за гнучкість і



пластичність. На відміну від інших видів глазури, мастика може зберігатися тривалий період часу. Її текстурі легко надати потрібну форму.

Кондитери воліли використовувати мастику в якості основи покриття для майстерно прикрашених тортів, наприклад, весільних, так як вона забезпечує

гладку основу для подальшого прикраси.

Спочатку мастика придбала популярність у вигляді цукерок, а пізніше була пристосована для глазурування тортів. Але така прикраса тортів не була популярна до початку XX століття, можливо, через надмірно високу ціну на білий цукор в той час.

На відміну від сучасного глазурування, раніше мастику не охолоджували, а потім наносили на торт. Найчастіше, маленькі торти занурювали в теплу мастику і давали постояти. Через те, що мастика мала сильний цукровий смак, туди часто додавалися різні ароматизатори. У їх числі шоколад, мигдальний екстракт і лимонна кислота. Деякі кондитери також покращували цукровий присмак мастики, вбиваючи в неї зефір або інші види глазури. Іноді маленькі торти, які були занурені в мастику, використовували для прикраси великих тортів.

Використання мастики набуло популярності в 1950-і роки. Замість занурення тортів в теплу мастику, кондитери замішували мастику, поки вона не досягала кремового кольору і м'якої консистенції. Після охолодження мастики, кондитери розгортали її до гладкого пласта і наносили на торт.

У наш час кондитери зазвичай використовують поєднання мастики для основи з окантовкою та іншими прикрасами, використовуючи "королівську глазур" ("Айсінг") для "склеювання" мастики в потрібні їм форми. Сучасні мастики можуть бути пофарбовані, прикрашені їстівною мерехтливою пудрою, оздоблені дизайнерськими штампами або нарізані різними декоративними формами. Деякі кондитери вирізують різні форми і фігури, малюють на ній деталі кольоровими сиропами або вмочують у шоколаді.

Широке поширення дефіциту вітамінів і мінералів серед дітей і жінок репродуктивного віку вимагає здійснення широкомасштабних заходів по відновленню наявної недостатності мікронутрієнтів, що завдає часто непоправної шкоди їх здоров'ю. В даний час вже розроблені і успішно впроваджуються в практику три основні стратегії профілактики дефіциту мікронутрієнтів: фортифікація, саплементация і харчова диверсифікація.



### 3. Історія факультету

Факультет Інноваційних технологій харчування і ресторанно - готельного бізнесу сьогодні:

- це потужні навчально-методична, науково-практична платформа та професорсько-викладацький склад;
- це талановита і креативна, цілеспрямована і творча, весела і ерудована студентська молодь з активною життєвою позицією.



Розвиток агропромислового комплексу, харчової та інших галузей промисловості, відкриті підприємства потребували спеціалістів. Відповідаючи на виклики часу, в 1902 р. було засновано Одеську Школу мукомелів.

За майже 120 років Одеська Школа мукомелів з 30 учнями розвинулась до Одеської національної академії харчових технологій з контингентом до 6500 осіб, підготовкою здобувачів вищої освіти за рівнем «бакалавр» по 45 спеціальностям, «магістр» – 23 спеціальностям, а також аспірантурою та докторантурою.



Зростання в Одеській національній академії харчових технологій контингенту здобувачів вищої освіти, розширення спектру спеціальностей і напрямків підготовки зумовлені, з одного боку, визнанням академії як лідера в наукових дослідженнях і освітній діяльності, а з іншого, затребуваністю наших випускників у різних сферах в Україні і за її межами, дефіцитом висококваліфікованих кадрів для реалізації прийнятих Стратегій і Програмам розвитку країни і регіону. Саме тому Одеська національна академія харчових технологій готує спеціалістів для харчової, зернопереробної, нафтопереробної, холодильної галузей, сфери ІТ-технологій, ресторанно-готельного і туристичного бізнесу.

Сьогодні в академії функціонує 4 науково-навчальних інститутів, які поєднують 10 факультетів. Одним з найпотужніших є наш факультет Інноваційних технологій харчування і ресторанно-готельного бізнесу, на якому навчаються понад 1000 студентів.

Становлення спеціальностей факультету починалося з 1977 р., коли на кафедрі «Технологія консервування» була відкрита вечірня та заочна форми навчання за спеціальністю «Технологія громадського харчування». Формували комплекс спеціальності провідні вчені та викладачі проф. Загібалов О.Ф., доц. Павленкова П.П., доц. Таланов П.О. та інші.

В 1994 р. спеціальність «Технологія харчування» була ліцензована на кафедрі Технології хліба, кондитерських виробів і громадського харчування, яку очолювала проф. Карнаушенко Л.І. Спеціальність активно розвивалась завдяки наполегливій праці проф. Козлова Г.Ф., викладачів Павленкової П.П., Новічкової Т.П., Салавеліс А.Д., Коркач Г.В., Калугіної І.М., Лебеденко Т.Є. та інших.



Спеціальність зразу набула популярності з боку абітурієнтів, а випускники стали затребуваними в закладах ресторанного бізнесу та на навчальній ниві. Перші випускники сьогодні успішні, активні і щасливі. Це директор ресторану готельно-ресторанного комплексу «Лондонська» Авелічев Л.В., адміністратор ресторану «Дача» Мелкумян А.К., управляючий мережі ресторану «Щастье» Проскурня К.В., к.т.н., доценти, викладачі ОНАХТ Федосова К.С., Харенко Д.О., Аветисян К.В., Демченко (Поплавська) С.О., Петросьянц А.П., викладачі коледжів, училищ Цвірінкалова Н.П., Гусак-Шкловська Я.Д., Костецька О.М., Удовенко О.В. та багатоінших

За наступні 20 років факультет і спеціальності, його структура зазнали суттєвих реорганізацій та розширення. Це пов'язано зі зростаючою популярністю спеціальностей у абітурієнтів, з модернізацією поглядів, більш серйозним відношенням на державному та особистому рівнях до якості харчування, змінами в пріоритетах економіки України та Одеського регіону, зміщення в бік інвестиційного і споживчого інтересів до ресторанно-готельного бізнесу, туристичної сфери та рекреації.

Навчання на факультеті – це:

— спосіб отримати якісну вищу освіту, теоретичні і практичні знання та компетенції за самими затребуваними спеціальностями і напрямками від висококваліфікованих викладачів, а також провідних рестораторів, готельєрів, експертів, технологів, дієтологів м. Одеси і України; за міжнародною програмою обміну студентами «Erasmus» навчатися у Великій Британії, Португалії, Греції;

— можливість проходження стажування на провідних підприємствах галузі та вищих навчальних закладах в Україні, а також за кордоном: Пловдивському технологічному університеті (м. Пловдив, Болгарія), Вищій школі інформатики та мистецтв (м. Лодзь, Польща), Університеті Падова (Італія), в туристичній компанії «ТУРАЛ МЕНІДЖЪНТ» (м. Варна, Болгарія);

— це незабутні враження студентського життя, свята, спортивні заходи, професійні (кулінарний конкурс ВВQ) і не тільки конкурси, майстер-класи і ще багато цікавого

— це сходинка до успіху в цікавій і перспективній професії, крок до кар'єрного росту і щасливого активного життя.



— пройти практичну підготовку на провідних підприємствах готельно-ресторанного господарства, оздоровчих комплексах, базах відпочинку Одеського регіону, Закарпаття, а також міжнародну практику за межами України – у ресторанах та готелях США (в рамках міжнародної програми «Work and Travel»), Франції (за договором з компанією FEFU), Греції (від компанії Muzenidis Travel, фото), Туреччині (від компанії Tez-Tour та Apex Tour), Німеччині (за договором з компанією MitOst), Чехії (Інститут готельного менеджменту, Прага, фото) Болгарії та інших країнах Європи. Щороку близько 100 студентів факультету проходять таку міжнародну практику!



В навчальній лабораторії кафедри Технології ресторанного і оздоровчого харчування за участю студентів, викладачів проходили зйомки телепередачі «Одеса готує обід»: 2014-2017 роки (ведучий Сергій Олех, більш ніж 100 випусків), 2017-2018 рр. (ведучий Геннадій Скарга, піврічний В 2018 році філію кафедри технології ресторанного і оздоровчого харчування відкрито у готельно-ресторанному комплексі «Софія» в с. Поляна Свалявського району Закарпатської області. Студенти кафедри технології ресторанного і оздоровчого харчування проходять практику у ресторанному комплексі «Софія».

Головними досягненнями і гордістю є наші студенти і випускники, які працюють рестораторами, директорами, технологами, завідувачами виробництва, шеф-кухарями, дієтологами, консультантами з харчування, сомельє в ресторанах, кафе, закусочних, барах, при фітнес-центрах, також

директорами готелів, начальниками відділів, адміністраторами, менеджерами, event-менеджерами, конференц-менеджерами в готелях, ресторанного-готельних комплексах, базах відпочинку м. Одеси, України і не тільки.цикл).





## 4. Історія кафедри



Кафедра «Технології ресторанного і оздоровчого харчування» була створена згідно з наказом № 48-01 від 25.02.2008 року після реорганізації кафедр «Технології хліба, кондитерських виробів та громадського харчування» та «Технології консервування» і до 2010 року існувала як кафедра «Технології харчування і ресторанного сервісу».

Однак, підготовка фахівців зі спеціальності «Технологія харчування» в ОНАХТ проводиться вже понад 35 років, з того часу як у 1977 році на кафедрі «Технології консервування» була відкрита вечірня та заочна форми навчання за спеціальністю «Технологія громадського харчування». У 1994 році спеціальність було передано на кафедру «Технологія хлібопекарних, макаронних і кондитерських виробів», де було відкрито денну форму навчання за вказаною спеціальністю

Керівництво кафедрою очолила доктор технічних наук, проф. Тележенко Любов Миколаївна, яка має великий досвід практичної роботи в підготовці фахівців та молодих вчених і працювала за вказаними спеціальностями з моменту їх заснування. Під її керівництвом було захищено 7 дисертаційних робіт на здобуття вченого ступеня кандидата технічних наук. Наполеглива наукова, педагогічна та громадська робота Тележенко Л.М. була відмічена грамотами Облдержадміністрації та міського голови, а у 2011 році нагрудним знаком «Подяка» за успіхи в науковій та педагогічній діяльності. Всього Тележенко Л.М. опублікувала понад 250 наукових робіт, запатентовано більше 20 винаходів. Вона активно продовжує наукову роботу з аспірантами та магістрами, що навчаються за вказаними спеціальностями.

Кафедра проводить наукові дослідження за держбюджетною тематикою: «Закономірності структурування складних кулінарних страв, напоїв та харчових продуктів як гетерогенних систем з високим вмістом біологічно активних речовин» Державний реєстраційний номер 0111 U 003150, та темами, що співпадають з напрямками роботи академії. Також проводяться роботи за госпдоговірною тематикою. В 17 2008-2009 роках за

темою «Рекомендації з системи дегустаційної оцінки зразків круп'яних продуктів» для Південноукраїнського комбінату хлібопродуктів (Тележенко Л.М., Павленкова П.П.); в 2011 р. – «Розробка 14-денного меню для харчування дітей, які перебувають на оздоровленні та відпочинку в літній та зимовий період часу» для лагера «Молода гвардія» в м. Одеса (Тележенко Л.М., Павленкова П.П., Біленька І.Р., Дзюба Н.А., Коваленко Н.О., Паскал Ю.Г. та Гребенюк О.В.).

## Висновок

Викладачі кафедри активно беруть участь у науковій та виховній роботі студентів, проводять відкриті кураторські години на різні актуальні теми.

Кафедра «Технології ресторанного і оздоровчого харчування» - це:

1. одна з найкращих кафедр академії за якістю навчання,
2. колектив викладачів - професіоналів, вчених, які прагнуть постійно вдосконалювати форми і методи навчання, застосовують новітні методики і сучасні інформаційні технології
3. можливість отримання за бажанням освіти за схемою бакалавр - фахівець - магістр - кандидат наук - доктор наук,
4. колектив талановитих студентів з високорозвиненим самоврядуванням, науковими гуртками, кружками художньої самодіяльності, спортивними секціями.

Для студентів усіх спеціальностей основний акцент при навчанні робиться на практичних аспектах (на реальних прикладах діючих закладів). Заняття проводять професіонали-практики, фахівці з ресторанного консалтингу, готельного бізнесу та туризму. Проводяться семінари і тренінги викладачів з ВНЗ інших країн, а також відомих рестораторів і готельєрів Одеси.

## Список літературних джерел

1. ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ  
<http://horeca.onaft.edu.ua/istoriya/>
2. Васютинська Р., Тарасова О. Ресторан - це коли або пан, або пропав // Галицькі контракти. 2003. №6.
3. 2. Дзюба Н. Особливості обліку в закладах ресторанного господарства // Податки та бухгалтерський облік. 2007. №71. С.10-18.
4. Ресторанне господарство  
[https://pidru4niki.com/1663111652895/turizm/peredmov\\_a\\_restoranna\\_sprava](https://pidru4niki.com/1663111652895/turizm/peredmov_a_restoranna_sprava)
5. Завідувач кафедри — Кафедра Технології ресторанного і ...  
<https://triohblog.wordpress.com/завідувач-кафедри/>
6. Особливості розвитку ресторанного господарства в Україні  
<https://triohblog.files.wordpress.com/2017/05/d0b2d0bed0bbd0bed189d183d0ba-d180d0b5d0bcd0b1d0b5d0b7-2016.pdf>
7. Шинкаренко І. Ножі та виделки ресторанного бізнесу. Україна, що жує, - очима француза // Контракти. 2004. №24.