

А.О. Вігряк, викл. I кат. (КППК, Кам'янець-Подільський)
Н.В. Вігряк, студ. (КППК, Кам'янець-Подільський)

ІННОВАЦІЙНИЙ НАПРЯМ У КУЛІНАРІЇ – ФУДПЕЙРИНГ

Наука не стоїть на місці, саме тому в сучасному світі нові технології з'являються практично щодня, і громадське харчування є однією з найбільш перспективних сфер для розвитку, безпосередньо, в інноваційній діяльності. Сприяє цьому зміни в якості розвитку ринку виробництва продукції громадського харчування, і його висока динаміка зростання. Саме поняття «інновація» означає запроваджене нововведення з високою ефективністю, яке характеризується введенням на ринок нових продуктів або послуг, що володіють досконаленими споживчими якостями. В результаті наукових досліджень новий запроваджений винахід повинен якісно відрізнитися від попереднього аналога.

Доповідь присвячена такому науковому інноваційному напрямку в кулінарії, як фудпейринг. Конкуренція у сфері громадського харчування весь час зростає, і для підтримки свого закладу конкурентоспроможним виникає необхідність в модернізації і введенні певних нововведень, в чому і полягає актуальність даної теми. Метою дослідження є вивчення розвитку, напрямку про поєднання продуктів – фудпейрингу.

Фудпейринг (з англ. foodpairing) – це інноваційний підхід і, водночас, науковий метод, буквально означає «правильнее» поєднання продуктів один з одним. Основа – аналіз компонентів та ароматів. Вважають, що цей термін придумано Хестоном Блюменталем (шеф-кухар 3-зіркового мішленівського ресторану The Fat Duck у Великобританії, один із авторитетних розробників молекулярної кухні і нових технологій приготування їжі), що досліджував поєднання білого шоколаду та чорної ікри. При їх детальному вивченні він виявив, що вони мають однакові ключові ароматичні характеристики.

Не можна не згадати і біоінженера Бернара Лауса. Вважається, що саме на його дослідженнях був розроблений метод створення нових сполучень. Шляхом зіставлення концентрації ароматичних речовин в тому чи іншому продукті, Лаус і його прихильники виявляли найбільш близькі один до одного компоненти, а досліджені елементи додавали в матрицю, використовуючи яку, можна було знайти десятки тисяч оригінальних «правильних» поєднань. Важливо зазначити, що foodpairing апелює до ароматики продукту, а не його смаку. Так, Лаус з'ясував, що факт отримання насолоди людиною

після споживання їжі на 80% залежить від спектру ароматичних речовин сприйнятих рецепторами нюху. Головний принцип фудпейрингу – баланс і пропорції з усвідомленням того, що продукти володіють різною силою запаху і смаку.

Ось приклад сполучуваності ароматів згідно з фудпейрингом:

- шоколад і цибуля (шоколадний мус);
- полуниця з пармезаном;
- огірок з інжиром.

Сполучення досить незвичайні, але приємні на смак через вміст подібних один одному ароматичних речовин.

Раніше теорія фудпейрингу застосовувалась лише при komponуванні інгредієнтів майбутньої страви. Проте в останні роки застосування принципів фудпейрингу поширилося і на підбір напоїв до страв.

Яскравим прикладом застосування теорії фудпейрингу на практиці є представлена на ринку ресторанного господарства технологія крафтового пива Let it snow крафтової пивоварні VARVAR, яке за принципами фудпейрингу чудово поєднується з фруктовим салатом, канапками з птицею чи рибою, лимонними тістечками. Що стосується підбору коктейлів до страв, то в бар-ресторані Varvu тірамісу, чизкейк або яблучний пиріг – це рідкі алкогольні десерти. У тому ж ресторані до всіх страв з меню пропонують конкретний коктейль, який доповнює страву, розкриває її смак і запах. А в кав'ярні Coffee estate до кави натуральної обробки пропонують легку випічку і фрукти, в той час як беручи до уваги принципи фудпейрингу, каву з цитрусовою кислотністю можна подати з курагою або лимонним кексом, а квіткова ванільна кава підійде до рисового пудингу, вафель або до млинців з медом чи карамеллю.

Отже, фудпейринг – це джерело натхнення, творчості та кулінарних шедеврів для професійних кухарів. Можна констатувати, що принципи фудпейрингу успішно застосовуються закладами різних типів і класів. Крім того, використання технології фудпейрингу дозволяє залучити більшу кількість споживачів за рахунок її специфічності, що, безсумнівно, позитивно позначиться на роботі підприємств ресторанного господарства.