Гастрономски производи

Др Милош Зрнић

- Летњи семестар
- Уџбеник: Зрнић., М. (2023). Гастрономски производи Академија струковних студија – Одсек Висока хотелијерска школа, Београд.

Консултације

- **Понедељак:** 14:15-15:45
- **Среда:** 09:45-11:15

ПРОГРАМ ПРЕДМЕТА - ГАСТРОНОМСКИ ПРОИЗВОДИ

Бр.	План вежби
1.	Гастрономски производи – сосови; израда стандардне рецептуре и сервирање
2.	Предјела; израда стандардне рецептуре и сервирање
3.	Салате; израда стандардне рецептуре и сервирање
4.	Сендвичи; израда стандардне рецептуре и сервирање
5.	Супе и чорбе; израда стандардне рецептуре и сервирање
6.	Пасте; израда стандардне рецептуре и сервирање
7.	Пице; израда стандардне рецептуре и сервирање
8.	Суши; израда стандардне рецептуре и сервирање
9.	Бургери; израда стандардне рецептуре и сервирање
10.	Готова јела; израда стандардне рецептуре и сервирање
11.	Јела по поруџбини; израда стандардне рецептуре и сервирање
12.	Јела од риба, ракова и мекушаца; израда стандардне рецептуре и сервирање
13.	Вегетеријанска и веганска јела; израда стандардне рецептуре и сервирање
14.	Пекарски гастрономски производи; израда стандардне рецептуре и сервирање
15.	Посластичарски гастрономски производи; израда стандардне рецептуре и сервирање

Гастрономски производи

Бодовање на вежбама

- Активност у току предавања: **10 поена**
- Практична настава: **20 поена**
- Колоквијум-и: **30 поена**
- Семинар-и: **10 поена**
- Завршни испит: **30 поена**
- Укупно: **100 бодова**

Комнен Бакић

Савет бр 1. *Договорите се са собом*

По завршетку средње школе одлучујете шта ће бити ваша животна професија, ако тада успијете да се договорите са собом чиме желите да се бавите у току свог радног вијека, онда сте у старту пола посла већ завршили.

Савет бр 2. *Гледајте себе кроз вријеме*

Ниједан почетак није лак, много изазова, препрека и разочарења. Ако на почетку поставите себи циљ како и где видите себе за десет, двадесет година, ви ћете бирати пут, у супротном пут ће водити вас.

Савет бр 3. *Будите спремни да се одричете*

Зарад свог будућег развоја будите спремни да се одрекнете личног задовољства. Поставите приоритете и никад не гледајте иза себе – за вас треба само да постоји само шта и како.

Савет бр 4. *Знам да ништа не знам*

Живети са уверењем да сам нешто научио, само може да ме држи у стагнацији професионалног и личног развоја.

Уџбеник се састоји из четири дела:

1. У првом поглављу студент ће бити упознат са појмом и врстама гастрономских и прехрамбених производа. Приказан је пут стварања и фактори неопходни за креирање гастрономских производа.

2. У другом поглављу приказана је подела гастрономских производа као и гастрономски производи у пекарству и посластичарсву.

3. Треће поглавље има за циљ да нагласи значај појма квалитета у гастрономији. Такође, у наставку је приказан појам стандарда у гастрономији са освртом ка великом питању данашњице - бацање хране односно *food waste*.

4. Последње, односно четврто поглавље приказује основне и иновативне технике припреме гастрономских производа, те савремене тенденције у гастрономији уопште.

ПРВИ ДЕО

ХРАНА, ПРЕХРАМБЕНИ И ГАСТРОНОМСКИ ПРОИЗВОДИ

- Концепт хране и гастрономских производа
- Концепт прехрамбених производа
- Улога и значај гастрономских производа у креирању задовољства гостију
- Гастрономски туризам и гастрономски производи
- Фактори за стварање гастрономских производа
- Планирање и маркетинг гастрономских производа
- Тржишна сегментација и гастрономски производи
- Локални, традиционални и интернационални гастрономски производи

ДРУГИ ДЕО

ПОДЕЛА ГАСТРОНОМСКИХ ПРОИЗВОДА

- Гастрономски производи – сосови
- Предјела
- Салате
- Сендвичи
- Супе и чорбе
- Пасте
- Пица (*Pizza*)
- Суши
- Бургери
- Готова јела
- Гастрономски производи од рибе, ракова и шкољки (РРШ)

ПОДЕЛА ГАСТРОНОМСКИХ ПРОИЗВОДА

- Гастрономски производи без глутена
- Производи за дијабетичаре и дијетски гастрономски производи
- Вегетеријански и вегански гастрономски производи
- Органска храна
- Пекарски гастрономски производи
- Посластичарски гастрономски производи

ТРЕЋИ ДЕО

КВАЛИТЕТ У ГАСТРОНОМИЈИ

- Квалитет гастрономских приоизвода
- Стандарди у гастрономији
- HACCP систем
- Халал стандард
- Кошер стандард
- ISO 2200 – систем управљања безбедношћу хране
- Бацање хране *(food waste)*
- Јестиво цвеће

ЧЕТВРТИ ДЕО

ТРЕНДОВИ У ГАСТРОНОМИЈИ

- Основне технике припремања гастрономских производагастрономији
- Савремени трендови у гастрономији
- Савремене технике припреме гастрономских производа
- Су вид (*sous vide*)
- Молекуларна гастрономија
- Спора храна (*slow food*)
- Достава гастрономски производа
- Дигитална трансформација у гастрономији
- Светски дани хране

КОНЦЕПТ ХРАНЕ И ГАСТРОНОМСКИХ ПРОИЗВОДА

- Термин храна
- Функционална храна
- Гастрономски производи

Храна

Под термином **„храна“** подразумевамо сваку супстанцу која се може користити у људској исхрани са циљем очувања хомеостазе људског организма. Не укључује козметику, дуван или супстанце које се користе само као дроге. Додатно, не укључује воду за чишћење или кување сировина у фабрикама или код куће. Састојци који чине храну у ужем смислу су: вода, беланчевине (протеини), масти (липиди), угљени хидрати, витамини и минерали.

Функционална храна

Функционална храна је она храна која има додатну функцију (често повезана са промоцијом здравља или превенцијом болести) тако што укључује нове или додатне састојке.

Гастрономски производи

- **У ширем смислу,** гастрономски производи су јела добијена термичким и/или топлотним обрадом од намирница биљног и животињског порекла уз додатак зачина и течности (вода, вино, бујон, маринаде и разних прелива).
- **У ужем смислу**, гастрономски производи односе се на јела намењена за људску исхрану, било да су намирнице прерађене, полуобрађене или сирове.

Гастрономски производи

Гастрономски производи се могу се видети у интеракцији са свим другим аспектима доживљаја јела:

- Флуидност;
- Прилагодљивост и
- Јединственост.

- **Флуидност** се односи на периодичну промену и приступ јелима од стране менаџмента и запослених у представљању нових, тј. измењених јела својим гостима (нпр. промена јела у јеловнику и менију током летњег и/или зимског периода).
- **Прилагодљивост** гастро производа усмерена је на флексибилност гастрономске понуде угоститељског објекта у складу за потребама и захтевима савременог туристичког тржишта.
- **Јединственост** гастрономског производа осликава уникатност јела угоститељске понуде (ресторана, хотела и др.) која се нуди гостима. То могу бити разна слана јела и/или посластице у комбинацији са разним пићима.

Значај гастрономских производа у угоститељству огледа се у:

- **Финансијском аспекту** – добит која је циљ пословања угоститељског објекта;
- **Поновној посета гостију** - присуству или одсуство позитивног става према ресторану (задовољство гостију ствара вероватноћу повратка);
- **Конкурентности** – у односу на друге угоститељске објекте и
- **Промоцији** – односи се на госте који свесно или несвесно промовишу гастрономске производе својим ближњима и на тај начин стварају повољну подлогу за успешно пословање.

КОНЦЕПТ ПРЕХРАМБРЕНИХ ПРОИЗВОДА

- **Прехрамбени производи** представљају производе (свежи, термички необрађени и/или делимично обрађени) који се добијају уз помоћ разних процеса производње. Неки од примера прехрамбених производа су: зачини, полуготова јела, шећер, кафа, пекарски производи, тестенина, поврће и воће заједно са прерађевинама од истих, месо (производи од меса) и др.

УЛОГА И ЗНАЧАЈ ГАСТРОНОМСКИХ ПРОИЗВОДА У КРЕИРАЊУ ЗАДОВОЉСТВА ГОСТИЈУ

Задовољство гостију се дефинише као субјективна процена и стање гостију о гастрономском искуству заснована на одређеним асоцијацијама између перцепције гостију и објективних карактеристика гастрономских производа.

ГАСТРОНОМСКИ ТУРИЗАМ И ГАСТРОНОМСКИ ПРОИЗВОДИ

- **Гастрономски туризам** представља све активности које су повезане са путовањем ради конзумирања гастрономских производа. Те активности могу бити усмерене ка туристичкој посети одређене земље ради конзумирања уличне хране, посети ресторана, винских тура, сајмова хране и вина, гастрономских тура, посећивањем тематских музеја о храни - пићима, мастер часова, курсева кувања, разних конгреса, конференција, фестивала хране и пића и др.

ГАСТРОНОМСКИ ТУРИЗАМ И ГАСТРОНОМСКИ ПРОИЗВОДИ

Различити узроци који покрећу експанзију гастрономског туризма, укључују следеће аспекте:

- Покретљивост,
- Дигитализацију,
- Доживљаје и
- Приповедање прича (енг. *Storytelling)*.

ГАСТРОНОМСКИ ТУРИЗАМ

Поред поменутих узрока експанзије гастрономског туризма, постоје и четири врсте мотивације за истим:

1. **Физичка мотивација** - потиче из људске основне потребе за храном и пићем;

2. **Културна мотивација** - потиче из жеље да се боље разуме одређена локација или гастрономска култура;

3. **Друштвена мотивација** - потиче од наше жеље за друштвеном интеракцијом, тј. тера нас да се повежемо са људима на одређеној локацији и

4. **Престиж** - односи се на наше повећано познавање страних култура, које нам може донети дивљење и доживљаје.

ФАКТОРИ ЗА СТВАРАЊЕ ГАСТРОНОМСКИХ ПРОИЗВОДА

Постоје три врсте фактора који је неопходно испунити приликом креирања гастро производа:

1. Улазни фактори;
2. Фактори активности и
3. Излазни фактори.

Улазни фактори

Улазни фактори се односе на куповину и доступност намирница, радну снагу, здравствене и санитарне аспекте. Под **куповином** у контексту угоститељства подразумевамо набавку свих потребних намирница неоходних за редовно пословање угоститељског објекта.

Фактори активности

Фактори активности односе се на радни простор, ситни и крупни инвентар и обуку особља. **Радни простор** се односи на радне секторе угоститељског објекта намењеног за рад запослених у услужном делу пословања и подразумева: кухињу, бар и ресторан.

Излазни фактори

- Излазни фактори односе се на понуду гастрономских производа и услугу.
- **Понуда гастрономских производа** наиме за многе госте представља главни мотив доласка у ресторан или други угоститељски објекат. Поводи посете могу бити разни нпр. састанци или разни видови прослава, те гастро понуда би требало да буде разноврсна, модерна и приступачна како би задовољила потребе и жеље гостију.

ПЛАНИРАЊЕ И МАРКЕТИНГ ГАСТРОНОМСКИХ ПРОИЗВОДА

- **Визија** представља циљ који треба да се оствари у краћем или дужем временском периоду. Конкретно, када говоримо о визији гастрономских производа, говоримо о одређеном броју јела који треба да се креирају и продају. Креирање гастрономских производа подразумева реализацију претходно планиране гастрономске идеје;
- **Дегустација** припремљених гастрономских производа је фаза у самом планирању истих, где кулинарско особље врши процену укуса, мириса, презентације јела и
- **Иновативни гастрономски производ** представља јело које је служи и припрема на иновативни начин.

Маркетинг гастрономских производа

- **Маркетинг** је друштвени процес у којем појединци и групе добијају оно што им је потребно, размењујући добра и услуге са другима;
- **Маркетинг гастрономских производа** подразумева комуникацију између угоститељског објекта и самих гостију;
- **Интернет маркетинг** је још један ефикасан облик маркетинга и
- **Директна и *е*-пошта** представља методу комуникације са гостима и може бити усмерена на и на нове кориснике угоститељских услуга, поред редовних гостију. То подразумева директно слање персонализованих писама, брошура, памфлета и летака.

Буџет

- Да би се приступило креирању гастрономских производа, угоститељски објекат треба да има одговарајући буџет. Пословни буџет за гастро производе односи се на буџетирање и подразумева одређена новчана средства која су неопходна за планирање гастрономских производа. **Буџет** представља финансијски план који обухвата реалан израз циљева и задатака менаџмента изражених у новчаном смислу.
- Са друге стране, **оперативни буџет** је најважнији тип буџета који менаџмент за храну и пиће може да креира. **Оперативни буџет** је финансијски план за одређени временски период и најближи је контроли хране, пића и трошкова рада у односу на друге врсте буџета нпр. статистички, флексибилни и др.

ТРЖИШНА СЕГМЕНТАЦИЈА И ГАСТРОНОМСКИ ПРОИЗВОДИ

- **Сегментација тржишта** у контексту туризма представља поделу тржишта на мање групе конзумената гастрономских производа тј. гостију са различитим потребама и жељама.
- Демографске, географске, психографске и бихејвиоралне варијабле могу се користити за тржишну сегментацију конзумената гастрономских производа.

ЛОКАЛНИ, ТРАДИЦИОНАЛНИ И ИНТЕРНАЦИОНАЛНИ ГАСТРОНОМСКИ ПРОИЗВОДИ

- **Локални традиционални гастрономски производи** односе се на јела карактеристична за одређену земљу, регију или поднебље.
- **Интернационални гастрономски производи** односе се на хладна и/или топла јела, супе, чорбе и десерте која су препознатљива у свету. Неки од примера интернационалних гастрономских производа су: пица, сарма, гвокамоле, баклава, клуб сендвич, велингтон (енг. *beef wellington)*, супа од лука, баклава и др.
- Под **неофобијом гастрономских производа** подразумевамо ирационални страх или несклоност било чему новом, јер неофобични људи избегавају егзотичну, непознату или нову храну и слабо су упознати са страном кухињом.

ДРУГИ ДЕО

ПОДЕЛА ГАСТРОНОМСКИХ ПРОИЗВОДА

ГАСТРОНОМСКИ ПРОИЗВОДИ – СОСОВИ

Сосови заузимају значајно место у креирању гастрономског искуства. Њихова улога је вишеструка и огледа се у:

- Освежавању и комплиментирању јела;
- Унапређивању изгледу јела и
- Оплемењивању укуса јела уз који се сервирају

ГАСТРОНОМСКИ ПРОИЗВОДИ – СОСОВИ

- **Сосови** представљају гастрономске производе који се добијају од намирница биљног и/или животињског порекла, текућина (вода, бујон, вино..) и зачина, односно кратким или дужем кувањем меса, костију, поврћа, воћа и средстава за згушњавање (брашно, густин и др.).

ГАСТРОНОМСКИ ПРОИЗВОДИ – СОСОВИ

Сосеви се по боји деле на:

- Беле (бешамел сос, супреме сос, сос од белог вина..)
- Светле (велуте сос..)
- Тамне (еспаљол сос, деми глас, глас девијанд, мадера сос, лионез..)
- Црвене (парадајз сос..)

ПРЕДЈЕЛА

Предјело је мала порција хране која се обично служи као прво јело током ручка и/или вечере. То су разни топли или хладни гастрономски производи који се служе пре главног јела и могу им претходити разне врсте супа.

ПРЕДЈЕЛА

Термини ***appetizers*** (апетизери) и ***starters*** (стартери) немају у свим земљама исто значење. У енглеској терминологији „стартери“ се сматрају предјелима. Термин ***appetizers*** у америчкој терминологији се такође односи на предјела док се у Европи под терминима ***appetizers*** и ***starters*** може дефинисати оно што се једе пре предјела (чипс од поврћа, маслине и др.). У Италији се нпр. користи се термин ***antipasti*** за предјела.

САЛАТЕ

Постоје следеће врсте салата:

- Једноставне (обично једна врста намирница; зелена салата, парадјз, краставац ...);
- Сложене (две или више врста намирница; салата од цвекле...) и
- Повезане (различите врсте намирница које се повезују нпр. павлаком, тартар мајонезом, нпр. Руска салата..).

САЛАТЕ

Маринаде

- Под појмом **маринаде** подразумевамо течности (вода, сирће, маслиново уље и др.) и разне врсте зачина (со, бибер, кумин, мајчина душица и др.) које у комбинацији чине течни садржај који комплиментира салату, тј. даје јој свежину и укус.

Дресинзи

- Под појмом дресинзи подразумевамо течни садржај у мало гушћем стању за разлику од маринада (мајонез, павлака, кечап и др.) које се заједно са зачинима додају гастрономским производима ради побољшања укуса.

СЕНДВИЧИ

Сендвичи се могу дефинисати као гастрономски производ који се састоји од два или више комада хлеба или тоста са различитим врстама надева и намаза. Комбинације надева могу бити разне (нпр. сир, јаја, пилетина, зелена салата, путер и др.).

Сваки сендвич има три основне компоненте:

1. Хлеб или тост;
2. Надев или фил и
3. Намаз.

СУПЕ И ЧОРБЕ

- **Супе и чорбе** представљају течне гастрономске производе који се добијају кувањем намирница биљног и животињског порекла уз додатак зачина у већој количини воде.

Основна подела супа и чорби је према густини, укусу и боји:

- Консомеи или бисте супе;
- Једноставне супе и чорбе;
- Потажи и
- Велутеи.

ПАСТЕ

- Верује се да паста потиче из Италије и да је настала током XII и XIII века. Традиционално се правио од брашна дурум пшенице и воде, али данас се прави од разних житарица. Доступна је у многим облицима и величинама. Облик и текстура тестенине имају значајан утицај на укус и текстуру јела.
- У свету постоји око 350 различитих врста тестенина. Међу најпознатијим облицима тестенине издвајамо: њоке, фусиле, папарделе, орекете, равиоле, агњелоти, тортелини, таљателе, фарфале, канелони, лазање, лингвине, шпагете, пене, фетућине и др.

PIZZA

- Реч „pizza“ је први пут употребљена у латинској књизи из јужног италијанског града Гаета у Лацију, близу границе са Кампањом, у X веку.
- Током година се променила од једноставног теста, а парадајз сос је додат у XVIII 18. веку!

Међу најпознатијим врстама пица истичу се:

• Каприћоза - шунка, печурке, артичоке, јаје;

• Маргарита - парадајз, моцарела, босиљак;

• Четири врсте сира (ита. *pizza quattro formaggi*) - моцарела, горгонзола, пармезан, романо и

• Четири годишња доба (ита. *pizza quattro stagioni*) - артичоке, печурке, шунка, парадајз.

СУШИ

Три основне категорије сушија су: нигири, маки и темаки.

- **Нигири суши** је традиционална врста сушија која се прави стављањем мале количине суши пиринча на комад рибе или морских плодова. Порекло нигири сушија може се пратити до периода Едо у Јапану, где је први пут створен као брза и практична ужина за људе у покрету.
- **Маки суши**, познат и као „роловани суши или рол суши“, је врста сушија која се прави од различитих комбинација састојака, као што су риба, морски плодови, поврће и суши пиринач, увијених у лист од морских алги (нори).
- **Темаки или *handroll,*** је трећа врста сушија. Темаки се формира у облик корнета ручним ваљањем. Темаки често укључује веће комаде поврћа и сушени лосос. Темаки суши је врста сушија која се прави тако што се састојци уваљају у велики лист морске алге у облику корнета.

БУРГЕРИ

Назив хамбургер долази од Хамбурга, другог по величини града у Немачкој. Термин „бургер" је постао самостална реч која се повезује са много различитих врста сендвича, сличних хамбургерима (млевено месо), али направљених од различитог меса као што је биволје месо, месо дивљачи, кенгура, пилетине, ћуретине, јагњетине или рибе, али чак и бургери без меса као што је вегетаријански бургер.

ГОТОВА ЈЕЛА

Под готовим јелима подразумевамо унапред припремљене гастрономске производе који се добијају дужим кувањем од 30 мин, печењем или динстањем меса, поврћа и зачина.

ЈЕЛА ПО ПОРУЏБИНИ

- **Под јелима по поруџбини** подразумевамо гастрономске производе који се припремају тек по наручивању јела од стане госта.

ГАСТРОНОМСКИ ПРОИЗВОДИ ОД РИБЕ, РАКОВА И МЕКУШАЦА (РРМ)

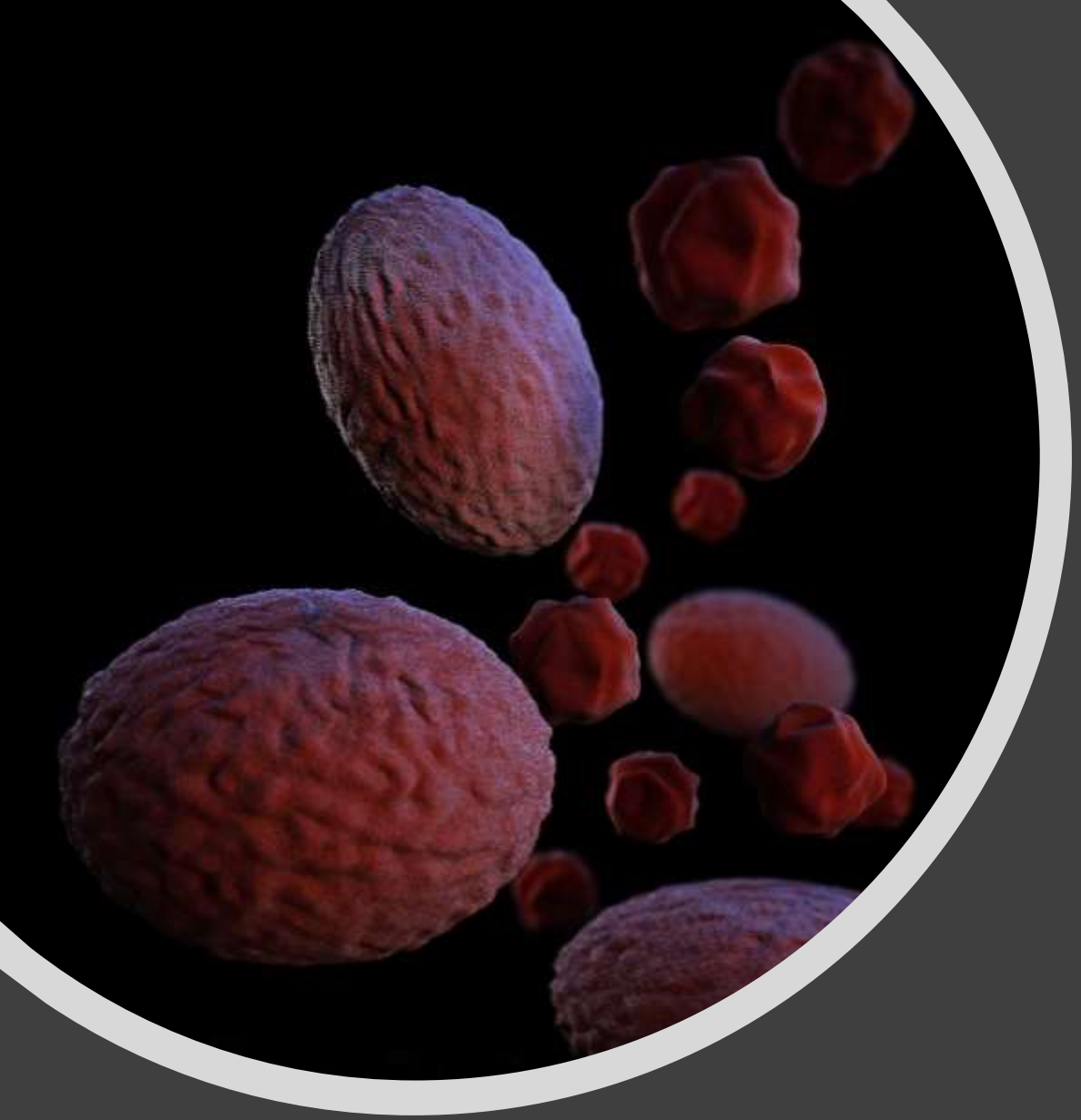
Јела од риба (речних и морских), ракова и мекушаца су гастрономски производи који се добијају термичком обрадом наведених намирница уз додатак поврћа, зачина, маринада, дресинга или бујона.

Кавијар

- Кавијар се прави од икре рибе, а најчешће од икре белуге јесетре (црни). Међутим, може се добити и од других врста риба попут лососа (црвени кавијар), звездана јесетра и др.
- Постоји неколико различитих врста кавијара, укључујући белугу, осетру и севругу.
- Белуга је најскупља и најцењенија врста кавијара због великих, светлих јаја и деликатног укуса. Осетра је икра средње величине са орашастим, путерастим укусом и златном нијансом. Севруга је најмања од три врсте, јаког, сланог укуса и тамносиве боје.

ГАСТРОНОМСКИ ПРОИЗВОДИ БЕЗ ГЛУТЕНА

- Глутен је протеин који се налази у житарицама као што су пшеница, раж и јечам. Одговоран је за еластичну текстуру теста. Глутен се такође користи као средство за згушњавање у многим прерађеним намирницама, као што су сосеви.
- Постоје два главна облика глутена: глутенин и глијадин. Глутенин обезбеђује еластичност теста, док је глијадин одговоран за његову лепљивост. Када се ова два облика глутена комбинују са водом, формирају мрежу протеина која тесту даје јединствена својства.



Целијакија

- Целијакија је најтежи облик нетолеранције на глутен. Погађа око 1% популације. То је аутоимуни поремећај у коме тело третира глутен као страно тело. Имуни систем напада глутен, као и слузницу црева. Ово оштећује зид црева и може изазвати недостатак хранљивих материја, анемију, тешке пробавне проблеме и повећан ризик од многих болести.
- Најчешћи симптоми целијакије: дигестивни дистрес, оштећење ткива танког црева, надимање, дијареја/затвор, главобоља, умор, осип на кожи, депресија, губитак тежине (непознати разлози).

ПРОИЗВОДИ ЗА ДИЈЕБЕТИЧАРЕ И ДИЈЕТЕСКИ ГАСТРОНОМСКИ ПРОИЗВОДИ

- **Гастрономски производи за дијабетичаре** се односе на јела која су намењена посебном режиму исхране појединца оболелог од дијабетеса. У складу са поменутим, постоје два типа људи оболелих од дијабетеса:

Тип 1 - Урођени (инсулин зависни)

Тип 2 - Утечени (инсулин независни).

- Дијетски гастрономски производи се односе на јела која су посебно креирана а у складу са метаболичким потребама и физичким активностима група или појединца.

ВЕГЕТЕРИЈАСКИ И ВЕГАНСКИ ГАСТРОНОМСКИ ПРОИЗВОДИ

- **Вегетаријанство** се дефинише као пракса једења само биљне хране. Вегетаријанац је неко ко практикује или верује у вегетаријанство тј. који конзумира само храну биљног порекла.
- Вегани се придржавају најстроже вегетаријанске дијете. Они не конзумирају никакве животињске производе као што су месо, риба, живина, јаја, млечни производи или мед, а већина вегана не користи у свакодневном животу производе пореклом од животиња, као што су свила, кожа или вуна.

ОРГАНСКА ХРАНА

- Органска храна се односи на производе који се узгајају и обрађују без употребе синтетичких пестицида, ђубрива или генетски модификованих организама (ГМО). Пракса органске пољопривреде даје предност употреби природних метода за одржавање здравља земљишта, промовисање биодиверзитета и заштиту животне средине.
- Примери органске хране укључују воће и поврће, месо, млечне производе и житарице.

ПЕКАРСКИ ГАСТРОНОМСКИ ПРОИЗВОДИ

- **Пекарски гастрономски производи** су слани или слатки производи од теста који се поред брашна и јаја добијају уз додатак разних заслађивача, течности (вода, млеко и сл.), кремова и зачина.
- Међу најчешћим пекарским гастрономским производима које се могу наћи у већини ресторана и хотела издвајају се: хлеб, кроасани и данско пециво.

ПОСЛАСТИЧАРСКИ ГАСТРОНОМСКИ ПРОИЗВОДИ

- **Посластичарски гастрономски производи** су слатки производи у виду колача и торти који се припремају уз додатак разних заслађивача, течности (вода, млеко и сл.), кремова и зачина.
- Петит фоурс су мале слатке посластице које се обично служе на крају оброка (фра. *Mignardises, мали десерти)*. Име је изведено од француског за „мала пећница“, пошто су пекари историјски користили нижу поставку на својим пећницама за печење деликатних пецива и колача. Неки од примера *petit fours-а* су: макарони, еклери, тарталете, разне врсте бисквита, пралине, чоколадни брауни и др.

ТРЕЋИ ДЕО

КВАЛИТЕТ У ГАСТРОНОМИЈИ

КВАЛИТЕТ ГАСТРОНОМСКИХ ПРОИЗВОДА

- Укупна способност гастрономских производа да задовољи потребе гостију назива се „**квалитетом гастрономских производа**“ и сматра се кључном конзументском компонентом искуства у угоститељским објектима.
- **Перципирани квалитет** у гастрономији се често описује као процена гостију свеукупне изврсности или супериорности гастрономских производа.

КВАЛИТЕТ ГАСТРОНОМСКИХ ПРОИЗВОДА

- Укус;
- Свежина;
- Мирис;
- Температура;
- Презентација и
- Иноватинвост.

Поред наведених карактеристика квалитета хране, постоје и 4 разлога недостатка квалитета у угоститељским објектима:

1. Мањак преданости руководећег кадра према квалитету производа/услуга;
2. Слаба комуникација менаџмента и информисаност запослених о квалитету производа/услуга;
3. Изостанак посвећеноости персонала ка квалитету производа/услуга и
4. Неадекватан тренинг запослених кадрова у погледу квалитета производа/услуга.

СТАНДАРДИ У ГАСТРОНОМИЈИ

- Стандарди у гастрономији су дефинисани као ниво квалитета гастрономских производа који се сматра прихватљивим или пожељним, а који су успостављени од стране угоститељског објекта.

СТАНДАРДИ У ГАСТРОНОМИЈИ

- Стандард квалитета запосленог кадра
- Успостављање процедура

СТАНДАРДИ У ГАСТРОНОМИЈИ

Стандарди се деле на:

- Интерне и
- Екстерне.

- Интерни стандарди представљају стандарде које су успостављени на новоу угоститељског предузећа а који су у вези са циљевима истог и
- Екстерни стандарди представљају стандарде донете од стране других огранизционих тела, на пример ISO стандарди (International Organization for Standardization , ISO).

СТАНДАРДИ У ГАСТРОНОМИЈИ

Најзначајнији међународни стандарди а у вези са храном, односно гастрономским производима су:

- Халал стандард;
- Кошер стандард и
- ISO 22000 (систем управљања безбедношћу хране).

3. НАССР СИСТЕМ - АНАЛИЗА ОПАСНОСТИ И КРИТИЧНЕ КОНТРОЛНЕ ТАЧКЕ

- НАССР систем (анализа опасности критичних контролних тачака) представља научно заснован систематски приступ који препознаје одређене опасности (биолошке, хемијске и физичке) и садржи одређене мере за њихову верификацију како би се обезбедила и ојачала безбедност хране

HACCP СИСТЕМ

HACCP систем се заснива на седам водећих принципа:

- **Принцип 1:** Процени опасности;
- **Принцип 2:** Идентификовања кључних контролних тачака (Critical Control Point, CCP);
- **Принцип 3:** Одређивање критичних граница;
- **Принцип 4:** Креирање система за праћење контроле CCP-а;
- **Принцип 5:** Подешавање корективних мера које ће бити предузете ако праћење покаже да одређена критична контролна тачка није под контролом;
- **Принцип 6:** Успостављања стандарда за верификацију како би се осигурало да HACCP систем исправно функционише и
- **Принцип 7:** Документације за све праксе и евиденцију која се односи на примену ових принципа

Добра хигијенска пракса GHP

- Добра хигијенска пракса скуп предуслова, креираних са крајњим циљем да би се спречила контаминација хране. Добра хигијенска пракса (GHP) је од суштинског значаја за осигурање безбедности и квалитета прехрамбених производа у индустрији хране и пића.

Добра произвођачка пракса GMP

- Добра произвођачка пракса је скуп смерница које су креирала регулаторна тела како би се осигурало да су основни стандарди за квалитет хране испуњени. Прехрамбена индустрија користи GMP како би осигурала да храна увек буде највишег квалитета.

4. ХАЛАЛ СТАНДАРД

- Реч „халал" је арапског порекла и значи „дозвољен за употребу", док реч "харам" значи „забрањено за употребу" . Поред наведених, јавља се и термин „мешбух“ тј. храна која се сматра сумњивом. Мешбух се односи на робу чије је порекло непознато или чији је статус у Исламу нејасан. Са друге стране, халал и харам служе као за разликовање исправне и не(исправне) хране, односно између дозвољене и не(дозвољене) употребе хране, међу следбеницима исламске вероисповести.

ХАЛАЛ СТАНДАРД

Халал храна је храна која је дозвољена према исламском закону и мора испуњавати следеће услове:

- Не сме да садржи ништа што је забрањено исламским законом и
- Не сме бити у контакту са било којом храном која не испуњава услове током процеса припреме, производње, приликом транспорта и самог складиштења.

5. КОШЕР СТАНДАРД

- Поред припадника муслиманске вероисповести, Јевреји такође конзумирају храну у складу са религијским прописима и обичајима. Храна која је дозвољена тј. чиста назива се кошер. Јевејима је на неки начин приписано шта могу да једу и како се храна припрема и конзумира према јеврејском закону познатом као кашрут .

КОШЕР СТАНДАРД

- Храна која није ни месо ни млечна и која није припремљена или комбинована са било којим месом или млечним производима назива се **парев** (воће, поврће, паста, кафа, супа, хлеб). Не(кошер) храна се назива **треиф**, што значи нечиста или неприкладна за јело. Да би биле сертификоване као кошер, све три категорије хране морају да се придржавају строгих јеврејских захтева.

6. ИСО 22000 – СИСТЕМ УПРАВЉАЊА БЕЗБЕДНОШЋУ ХРАНЕ

Стандард ISO 22000 комбинује захтеве најбоље праксе, водећих принципа и фаза успостављања HACCP система са компонентама система менаџмента на основу спецификација представљених у стандарду ISO 9001 (системи управљања квалитетом).

Према стандарду ISO 22000, предузећа постављају задатке и одговорности дефинисањем захтева за обезбеђивање производа који је безбедан за потрошача и доказивањем усклађености са релевантним законским захтевима и захтевима за безбедност хране

ГлобалГАП (претходни назив ЕурепГАП)

- ГлобалГАП (Good Agricultural Practices) је међународно признати стандард за сертификацију пољопривредних производа. Развио га је конзорцијум трговаца на мало, укључујући супермаркете, са циљем да се осигура да се производи које продају производе на одржив и безбедан начин. Стандард покрива широк спектар тема, укључујући безбедност хране, заштиту животне средине и добробит животиња.

Британски малопродајни конзорцијум (British retail Consotrium, BRC)

Стандард налаже усвајање и примену HACCP принципа, стварање формалног система управљања квалитетом и коришћење смерница за регулисање радног окружења, робе, процеса и запослених. Нуди оквир за управљање безбедношћу, интегритетом, законитошћу и квалитетом производа, као и оперативне контроле за ове критеријуме, у индустрији производње, прераде и паковања хране и прехрамбених састојака.

BRC стандарди постоје у 4 области:

- 1. Безбедности хране;
- 2. Производи (финални);
- 3. Амбалаже и материјали за паковање и
- 4. Транспортовање и складиштење производа.

Интернационални стандарди хране (International Food standards, IFC)

- IFC стандарди су јединствени захтеви за храну, производе и услуге. Они континуирано раде на побољшању процеса, а предузећа са сертификатом IFC производе робу или нуде услугу која је у складу са захтевима купаца. IFC је основан 2003. године.
- Немачки, енглески, шпански, француски и италијански су пет главних језика на којима се објављују све информације везане за IFC стандарде. IFC настоји да смањи трошкове за добављаче и трговце на мало, истовремено обезбеђујући упоредивост и транспарентност за потрошаче кроз читав ланац снабдевања.

Gost R стандард (государственный стандарт России – Национални стандард Русије)

- Скуп стандарда познатих као Гост Р (государственниј стандард России, или „Национални стандард Русије“) утврђује критеријуме за калибар добара и услуга који се продају у Руској Федерацији. Систем је изведен из Гост Р система, који је био у употреби током читавог постојања Совјетског Савеза.
- Главна карактеристика стандарда је да прецизира услове који морају бити испуњени да би се финални производи продавали у Русији. То значи да сваки производ који се продаје у Русији мора да има сертификат који доказује да је у складу са тамошњим стандардима.

Систем безбедности хране МекДоналдс (McDonalds Food Safety System)

- McDonalds компанија се придржава стандарда безбедности хране који често превазилазе законске захтеве. Свакодневно се говеђе и пилеће месо у ресторанима подвргне најмање 70 пута безбедносним инспекцијама. Владине организације у Америци су користиле строге смернице компаније McDonalds као моделе за своја правила

7. БАЦАЊЕ ХРАНЕ (FOOD WASTE)

- Јестива храна која се не конзумира због неправилног индустријског руковања, недостатка дистрибуције, злоупотребе потрошача, неадекватне производње и прераде, дистрибуције и потрошње хране назива се отпадом од хране.

Eat me app

- Апликација *Eat me app* је прва српска апликација која се бави решавањем проблема бацања хране у домаћинствима са тежњом да се интегрише у редовно пословање угоститељских објеката на савременим туристичким тржиштима.
- Оснивачи апликације су Александра Лазовић Ленинген и Сања Драмићанин. Апликација *Eat me app* има за циљ да смањи расипање хране у домаћинствима слањем подсетника о датуму истека хране као и да повећа свест корисника о сопственим обрасцима потрошње хране праћењем образаца стварања отпада. Апликација је доступна на Google и App Store-у.

8. ЈЕСТИВО ЦВЕЋЕ

- Широм света, јестиво цвеће потиче из 97 породица, 100 родова и 180 врста, а број јестивих цветова варира у зависности од локације. Иако већина људи једе ово цвеће свеже, оно се такође може наћи у прерађеној храни укључујући колаче, чај, џем, салате и пића или директно се користи као поврће.
- Неки од примера јестивог цвећа које има широку употребу у угоститељству су: ружа, хризантема, хибискус, пеларгонијум, мирицетин, петунија, мађухице, агаве, алое вера, салмиана, арбутус калапенсис, изорхамнетин и кемпферол и друге врсте.

Микробиље

- Миркобиље су мале, младе биљке које се узгајају из семена поврћа, зачинског биља и других биљака. Обично се беру само неколико недеља након клијања, када су биљке још веома младе и нежне. Миркобиље се сматрају врстом клица, али су углавном већи и зрелији од клица
- Још једна предност микробиља је што се може узгајати током целе године, што га чини поузданим и погодним састојком за куваре. Многи ресторани сада имају своје баште за миркобиље, што им омогућава да имају свеж и одржив извор састојака. Неки од примера биљака које се каје као миркобиље су: сунцокрет, луцерка, детелина, репица, чиа, лан, амарант, коморач, лан, босиљак, блитва, грашак, броколи, кељ, целер, рен, поточарка, ендивија, цвекла и рукола.