

**ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ
Ярославский колледж индустрии питания**

**КОНКУРСНАЯ РАБОТА
ИССЛЕДОВАНИЕ ПОВЕДЕНИЯ ПОКОЛЕНИЯ Z
В ОТНОШЕНИИ ЗДОРОВЬЯ И ПИТАНИЯ**

ФИО	Специальность/профессия	Курс
Котелевец Татьяна Сергеевна	19.02.10 Технология продукции общественного питания	3
Мильто Арина Максимовна	19.02.10 Технология продукции общественного питания	3

**Научные руководители:
Кормягина Наталья Николаевна
Рябчикова Ирина Вадимовна**

Ярославль, 2023

СОДЕРЖАНИЕ

	Введение	3
1	Теоретическое обоснование актуальности	5
1.1	Краткая характеристика поколения Z	5
1.2	Актуальные вопросы поведения поколения Z в отношении питания	6
2	Глава 2. Практическое исследование вопросов питания поколения Z	8
2.1	Маркетинговые исследования восприятия здоровья и питания поколением Z	8
2.2	Формирование рецептур блюд в соответствии с запросами поколения Z	17
2.3	Проект «Студенческое кафе» для реализации концепции питания молодежи	23
	Заключение	29
	Список использованных источников	30
	Приложения	31

ВВЕДЕНИЕ

1. Актуальность темы.

В настоящее время Теория поколений очень популярна. Согласно этой теории поколение Z рождается с конца прошлого столетия и продолжит примерно до 2023 года. Как известно, ценности поколений формируются до 12 лет, и дальше они не меняются. Это касается и предпочтений в еде.

Самым взрослым представителям поколения Z сейчас 18 лет – они неплохо готовят. Этому способствует и информационное пространство: редкий ТВ канал не включает в сетку гастрономические программы, не говоря уже о социальных сетях. Профессия повара стала медийной. Нынешние дети и подростки Z – это поколение гурманов. Есть мнение, что именно они обеспечат миру новый бум высокой кухни, в том числе здоровой.

Очевидно, что поколение Z выделяется не только своим поведением и решениями, но и факторами, которые на них влияют, начиная с их представлений о здоровье и заканчивая наиболее надежными источниками медицинской информации.

Все это свидетельствует о необходимости более глубокого исследования молодежи, их восприятия питания для того, чтобы узнать больше об их потребительских вкусах.

2. Цель и задачи.

Цель исследовательской работы - выявить восприятие и поведение молодых российских граждан в отношении продуктов питания,

Задачи:

- 1) Изучить представление о здоровье поколения Z, получить информацию о том, как поколение Z рассматривает здоровье и питание.
- 2) Выявить их модели питания, факторы, влияющие на решения о покупке, связанные с продуктами питания.
- 3) На основе исследований сформулировать предложения по учету особенностей питания молодежи.
- 4) Разработать блюда для здорового питания молодежи.
- 5) Предложить способ реализации этих блюд через проект «Студенческое кафе».

3. Предмет, объект исследования.

Объектом наблюдения является молодежь поколения Z. Исследование проводилось на целевой аудитории:

- возраст: 17 – 21 год
- пол: молодежь обоих полов
- статус: студенты колледжа (3-4 курс программ рабочих профессий и специальностей)

Объект исследования – поведение поколения Z в отношении здоровья и питания.

Предметом исследования являются модели питания, факторы, формирующие эти модели, представления о здоровье и особенности поведения поколения Z в отношении питания, их учет при формировании предложения.

4. Методы исследования.

В работе использованы ряд методов по поиску вторичной и первичной информации. Ко вторичным источникам информации можно отнести исследования, проведенные как зарубежными, так и отечественными учеными. К источникам первичной информации следует отнести, прежде всего, методы социологических исследований, такие как анкетирование и фокус-группа. В практической части использованы экспериментальные методы, например, дегустация, определение органолептических свойств блюд экспертным методом.

Исследование основывается на общенаучных методах, таких как обобщение, сравнение, анализ, синтез, наблюдение, классификация и другие.

5. Краткое содержание глав и выводы по главам.

Представленная работа имеет традиционную структуру и содержит две основные главы. Теоретическая часть раскрывает актуальность проблемы и небольшой анализ проведенных учеными исследований по данному вопросу. В практической части приведены результаты собственных исследований восприятия здоровья и питания поколением Z (анкетирование и фокус-группа). Особую значимость имеют части, описывающие разработанные рецептуры блюд в соответствии с запросами поколения Z и элементы бизнес-плана «Студенческое кафе».

Многие студенты принимали участие в разных частях исследования, в анкетировании, проведении фокус-групп, разработке рецептур блюд и т.д. В целом активное участие приняли более 200 студентов.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ АКТУАЛЬНОСТИ ПРОБЛЕМЫ

1.1. Краткая характеристика поколения Z

ГПОУ ЯО Ярославский колледж индустрии питания имеет 90-летнюю историю. Образовательное учреждение готовит кадры по профессиям и специальностям сферы общественного питания: поваров, кондитеров, технологов питания, организаторов для предприятий общепита и др. Основную студенческую аудиторию составляет молодежь от 14 до 22 лет.

Этот факт обусловил выбор теоретических подходов к исследованию. Оно основано на Теории поколений, получившей популярность в начале 1990-х гг., авторами которого являются Нил Хау и Уильям Штраус. Они утверждают, что исторические условия определяют поведение человека: у групп, родившихся в одинаковый промежуток времени, есть сходные социально-психологические черты, универсальные для всего поколения [3].

На сегодняшний день выявлены следующие характерные черты поколения Z [1-3]:

1. Среди ценностных установок отметим следующие.

Привычка к разнообразию: от религии и взглядов до товаров, отдыха, питания.

У «зетов» традиционные семейные ценности, партнерские отношения с родителями, хотя и отсутствует традиционный авторитет родителей. Они прикладывают максимум усилий к тому, чтобы жить по-другому. Планирование наперед — не для Z. Каждый Z уверен в своей исключительности. Именно поэтому «зетам» еще сложнее найти свой путь в жизни, чем другим. Быстро обучаются, умнее и толерантнее других. Один из девизов - «жить здесь и сейчас». Ставят не глобальные цели.

2. Широкое использование технологий.

Поколение Z родилось в мире технологических инноваций, где информация была доступна немедленно, а социальные сети становились все более повсеместными. Эти технологические достижения оказали как положительное, так и отрицательное влияние на поколение Z. С положительной стороны: у них под рукой обилие информации, что позволяет поколению Z расширять свои знания и проявлять инициативу в обучении. С другой стороны, слишком много экранного времени может усугубить чувство изоляции и привести к недостаточно развитым социальным навыкам.

3. Прагматичность и ориентированность на финансы.

Они ценят стабильность, умеренные расходы, стабильные рабочие места. Представители поколения Z не имеют устойчивых личных убеждений.

4. Жизнь в двух реальностях.

Z-поколение не случайно называют цифровым. Нередко границы между двумя реальностями стираются. С одной стороны, молодые люди постоянно общаются в сети, но с другой – в реальной жизни уменьшается время на общение и приобретение социального опыта. Отсюда - проблемы с психическим здоровьем и одиночество. Кроме того, молодые люди попадают в ловушки социальных сетей и могут получать информацию, которая вызывает негативные эмоции и стресс.

5. **Требовательные покупатели.**

Молодежь принимает свои решения о покупке в соответствии со своими ценностями, полагается на свою техническую подкованность и социальные сети. Например, их привлекают экологически чистые продукты и бренды, и они часто готовы платить за них больше. Они изучают и оценивают различные варианты, прежде чем остановиться на продукте. Для них характерна постоянная погоня за модой

6. **Краткость и наглядность.** Центениалы мыслят фрагментарно и поэтому очень дозированно воспринимают информацию.

7. **Отношение к работе.** Рост по карьерной лестнице людей Z не интересует: они не будут тратить время на нелюбимую работу, статус не имеет значения. Представители поколения Z стремятся к быстрому успеху, работе в удовольствие и достаточному доходу. Им важно, чтобы оставалось время на путешествия и развлечения. Не привыкли к физическому труду. Занятость на фрилансе и дистанционная работа — форматы, которые сегодня доступны далеко не всем. Но когда поколение Z выйдет на рынок труда, именно они станут основными.

1.2. Актуальные вопросы поведения поколения Z в отношении питания

В России теория поколений была адаптирована Евгенией Шамис [4]. Имеются предположения, что поколение Z придерживается типично подростковой диеты. В приоритете молодежи готовая еда, включая гамбургеры и бутерброды, низкое потребление свежих фруктов и овощей и относительно высокое потребление обработанных пищевых продуктов. Есть некоторые основания предполагать, что это связано с жизненным этапом и что вероятность употребления "более здоровой" диеты возрастет с возрастом. Этому способствует рост доходов.

Представляет интерес и отношение молодежи к специальным диетам, например, вегетарианству. Можно предположить, что существуют различия между возрастными группами в вопросах мотивации вегетарианства и веганства. При этом цены и социальные сети могут оказывать сильное влияние на выбор продуктов питания и типов диет поколения Z.

Еще одной проблемой является ожирение. Интересен взгляд молодежи на снижение потребления сахаров и сладких безалкогольных напитков.

По некоторым данным поколение Z употребляет меньше алкоголя, чем предыдущие поколения. Это может быть связано с повышенной информированностью о здоровье среди молодежи и людей, выбирающих более здоровый образ жизни.

Кроме того, можно предположить, что есть существенные различия в поведении российской молодежи и западной, что связано с разными факторами, такими как климат, менталитет, традиции и ценности [1, 2].

Таким образом, можно сделать ряд выводов.

В научной среде наблюдается интерес к исследованиям поколения Z. Этот интерес прежде всего связан с тем, что его старшие представители вступают в молодую взрослую жизнь, и уже к 2030-м годам тенденции в потреблении станут определять поколение Z.

Главный девиз Z-поколения: «бери от жизни все». Финансовый достаток значим не сам по себе, а если позволяет получать максимум удовольствия от жизни.

Однако некоторые вопросы еще недостаточно исследованы. Это также касается питания и здоровья. Различие в ценностях обуславливает различия в поведении российской молодежи и западной, что связано с разными факторами их формирования.

Важно знать эти факторы для возможности влияния на поведение поколения в вопросах здоровья и питания.

Таким образом, на основании изученных материалов можно сформулировать гипотезу: На культуру питания поколения Z, заботящегося о своем физическом и психическом состоянии, можно влиять, создавая определенные условия ее формирования.

ГЛАВА 2. ПРАКТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ВОПРОСОВ ПИТАНИЯ ПОКОЛЕНИЯ Z

2.1 Маркетинговые исследования восприятия здоровья и питания поколением Z

Маркетинговое исследование методом анкетирования

Являясь студентами колледжа индустрии питания, авторы работы исследовали поведение молодежи применительно к еде, рациону и системе питания.

Место выполнения работ: Ярославская область, город Ярославль, ГПОУ ЯО Ярославский колледж индустрии питания (ЯрКИП).

В период с 26 января по 28 февраля 2023 года среди студентов ЯрКИП было проведено маркетинговое исследование. Исследование проводилось методом опроса. Опрос осуществлялся с помощью анкеты, помещенной на вебсайт webanketa.com и обработанной с его помощью, а также путем личного анкетирования. Анкета по своей структуре состояла из 10 основных содержательных и 3 адресных вопросов: специальность/профессия, пол, возраст. Анкета включала как открытые, так и закрытые вопросы. Было опрошено 152 респондента. Отбор респондентов осуществлялся по критериям: специальность/профессия, 3-4 курс. В опросе участвовало 33,55% мужчин, 66,45% женщин. Возрастные категории: 16-18 лет - 63,16%, 19-20 - 32,89%, более 20 – 3,95%. В опросе участвовали обучающиеся по специальностям и профессиям: повар, кондитер (49,34%), технолог пищевой продукции (16,45%), организатор общественного питания (6,58%), техник информационных технологий (7,89%), бухгалтер (19,74%).

Цель: определить восприятие своего здоровья и поведение молодого поколения в отношении питания.

Задачи:

1. Выявить самовосприятие поколением Z собственного здоровья.
2. Выявить мнение о питании и его значении.
3. Определить отношение к здоровому питанию.
4. Определить уровень доверия к информации о питании.

Ниже приведены основные результаты анкетирования по вопросам.

1 Вопрос: Как вы оцениваете свое здоровье (один вариант ответа):

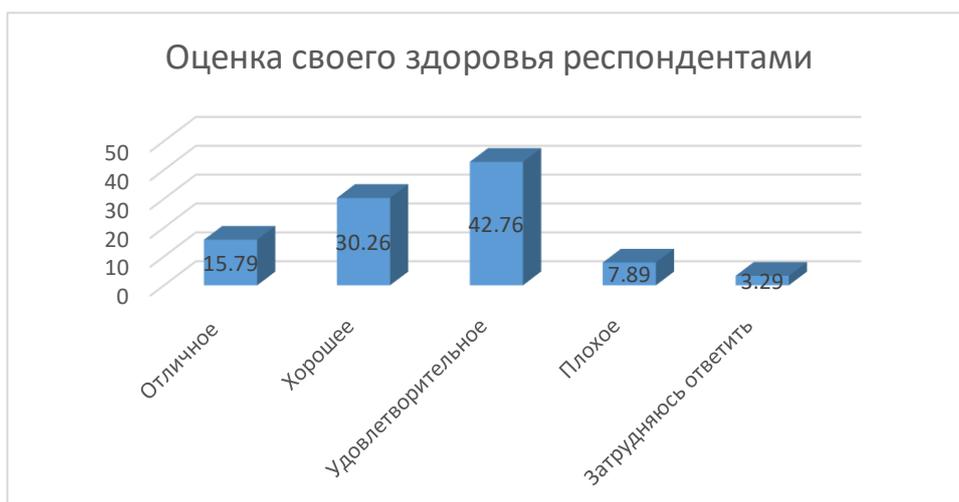


Рисунок 1 – Ответы респондентов о здоровье

Самое молодое взрослое поколение в большинстве своем описывает свое здоровье как “удовлетворительное” или “хорошее”. Так считают более 73%. Как «отличное» здоровье оценили лишь 15,79%.

2 В вопросе: здоровая пища – это (хороший источник питательных веществ, свежая, богатая витаминами, вкусная, растительная пища, еда с искусственными мясом и молоком), мнения респондентов разделились (рисунок 2). В вопросе можно было выбрать несколько ответов. Подавляющее большинство видят в еде хороший источник питательных веществ, намного меньше – источник витаминов. Среди открытых ответов: еда, в которой много питательных веществ, еда, которая не была пожарена, это свежие овощи и др.; все перечисленное, кроме искусственного мяса и молока.

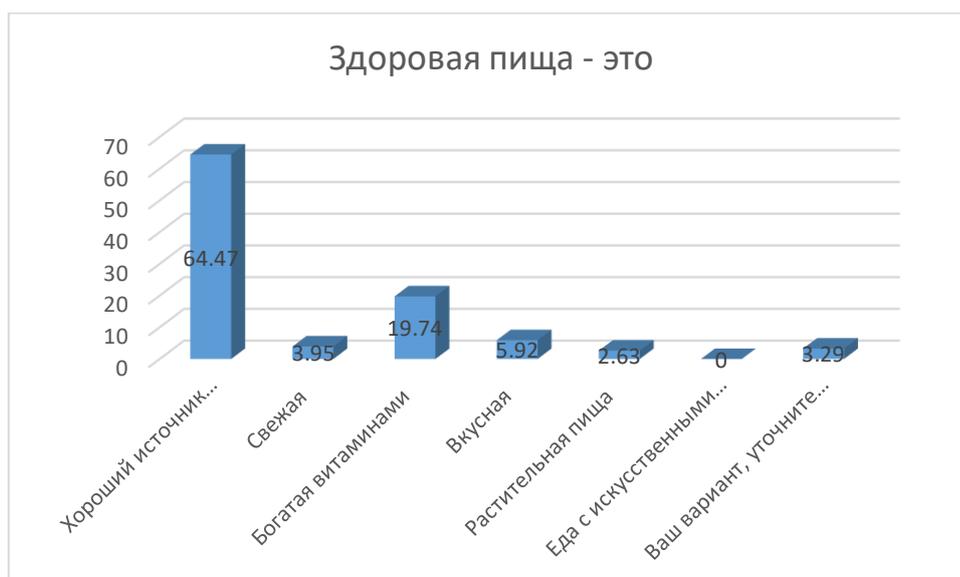


Рисунок 2 – Представления респондентов о здоровой пище

2. Вопрос: Какие преимущества для здоровья дает питание? Разрешалось дать до 3-х ответов из следующих вариантов: укрепляет физическое здоровье, укрепляет психическое здоровье, улучшает внешний вид, повышает энергию, снижает уровень стресса,

восстанавливает силы, снижает усталость, улучшает сон, укрепляет эмоциональное здоровье, обеспечивает здоровую пищеварительную систему. Среди открытых ответов – все перечисленное.

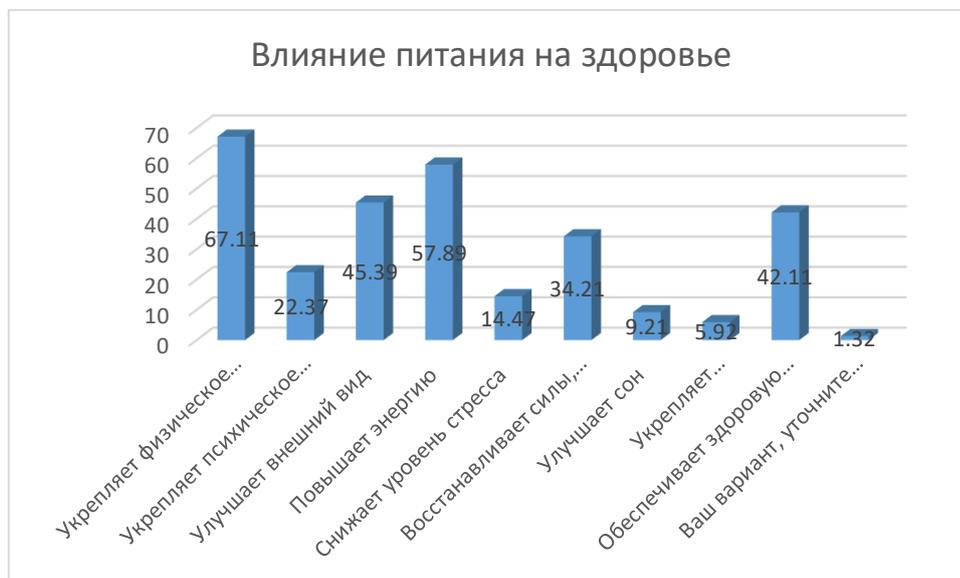


Рисунок 3 – Представления респондентов о влиянии питания на здоровье

Когда молодежь спрашивают о наиболее востребованных преимуществах питания для здоровья, очевидно, что поколение Z уделяет приоритетное внимание укреплению своего физического здоровья. Главными преимуществами, которые они ищут в продуктах питания, напитках и питательных веществах, были повышение энергии, улучшение внешнего вида, обеспечение здоровой пищеварительной системы и восстановление сил.

Мало внимания уделено психическому и эмоциональному здоровью. Есть данные о том, что поиск преимуществ для эмоционального и психического здоровья может быть связан с уровнем стресса, о котором сообщают представители поколения Z в других странах. Следует ли из этого вывод, что у российской молодежи меньше стрессовых ситуаций, однозначно сказать нельзя. Этот вопрос требует отдельного изучения.

3. Вопрос: Готовите ли Вы дома. На этот вопрос подавляющее большинство ответило – ДА (около 93%). Видимо, главный фактор, повлиявший на ответы, это отраслевая специфика колледжа.

4. Вопрос: Придерживались ли вы режима питания в прошлом году (3-4-х разовое).

Лишь 14,5% всегда соблюдают режим питания. Чуть более 45% стараются, но не всегда получается. Большая доля опрошенных (почти 40%) не придерживаются определенного режима питания.



Рисунок 4 – Распределение ответов респондентов о режиме питания

5. Вопрос: Что из предложенного вы делали для улучшения качества питания (рисунок 5).
 Варианты ответов: соблюдал диету; рассчитывал калории; следовал рекомендациям врачей; старался не кушать после 18 часов; избегал употребления некоторых продуктов, например, содержащих сахар; пользовался приложением, которое помогает следить за рационом; ничего.

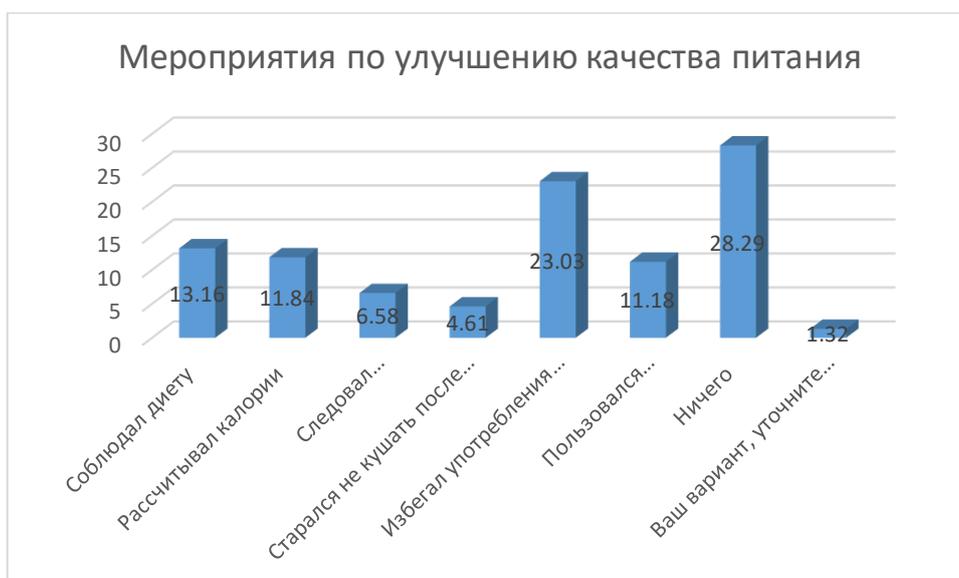


Рисунок 5 – Распределение респондентов по вопросу попыток улучшения качества питания

Наибольшее количество респондентов ответили «ничего» (около трети – 28,3%). В лучшем случае молодежь избегает употребления сахара, соли и других подобных веществ. Остальные мероприятия не популярны у молодежи.

6. Вопрос: Как вы оцениваете вашу модель питания (рисунок 6),



Рисунок 6 – Распределение ответов по моделям питания

Наиболее распространенными моделями питания по оценке поколения Z были интуитивное (38,2%), осознанное (25,7%). Пятая часть опрошенных оценивает свою модель питания как неправильную.

7. Вопрос: Как часто вы перекусываете в течение дня:



Рисунок 7 – Распределение респондентов по количеству перекусов в день

Основными причинами перекусов являются:

Таблица 1 – Причины перекусов

Причины перекусов	Доля %
Голод	48,68%
Жажда	2,63%
От скуки	11,84%
Стресс	9,87%
Потребность в большем количестве энергии	18,42%
Не перекусываю	7,24%
Ваш вариант, уточните ниже	1,32%

Перекусы вызывают заметный интерес у поколения Z. Фактически, 63% представителей поколения Z сообщают, что перекусывают не реже одного раза в день, а более трети (39,5%) говорят, что перекусывают два раза в день. Среди людей поколения Z, которые перекусывают, наиболее распространенными причинами для этого являются голод и потребность в большем количестве энергии (66%), от скуки (11,8%). Привлекательность перекусов для реагирования на сигналы голода и для получения энергии может быть особенно связана с жизненным этапом этого поколения, который балансирует между школой, работой, внешкольными занятиями, поддержанием социальной жизни и многим другим — и все это на пути к вступлению во взрослую жизнь. Поколение с большей вероятностью склоняется к привычке перекусывать.

Вопрос: Кому в вопросах питания вы доверяете больше всего (можно выбрать до 3-х вариантов). Варианты ответов:

- Диетологу
- Медицинскому работнику
- Консультанту по здоровью
- Тренеру
- Специалисту по фитнесу
- Шеф-повару или профессионалу кулинарии
- Другу или члену семьи
- Средствам массовой информации
- Компании или производителю продуктов питания
- Влиятельным лицам в социальных сетях или блогерам
- Ваш вариант _____

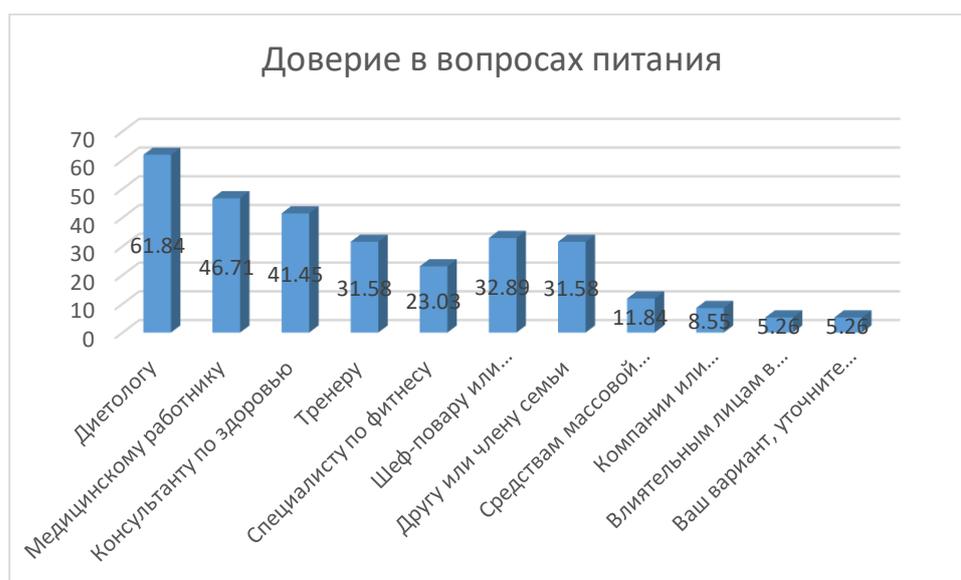


Рисунок 8 – Распределение ответов респондентов по доверию в вопросах питания

Среди других вариантов – доверяю себе.

Поколение Z с большим доверием отнеслось бы к беседе с диетологом (61,8%), медицинским работником (46,7%), и беседа с консультантом по оздоровлению (41,5%). Шеф-

повару доверяют почти 33% респондентов. Отметим, что влиятельным лицам в социальных сетях или блогерам доверяют всего 5% с небольшим.

Таким образом, результаты анкетирования позволили получить определенную информацию о том, как поколение Z рассматривает свое здоровье и питание, а также сделать выводы о поведении молодых людей в отношении продуктов питания. Среди главных отметим следующие.

Уровень оценки собственного здоровья у молодых людей невысокий. Это может объясняться рядом причин: не все соблюдают режим питания, не предпринимают активных действий по улучшению качества питания, питание рассматривается только как источник энергии и физического здоровья, популярны частые перекусы и т.д.. Модели питания чаще неосознанные, спонтанные.

Эти сведения будут использованы при формировании рецептов блюд в части 2.2.

Маркетинговое исследование методом фокус-группы

Методика проведения фокус-групп

1. Цель фокус-групп: выявить предпочтения поколения Z в отношении питания.
2. Проведено три фокус-группы. Респонденты приглашены в соответствии с целевой аудиторией. Приглашены студенты, обучающиеся по разным специальностям и профессиям.
3. В качестве модератора выступала преподаватель колледжа. Модератор контролирует ход беседы и изучает реакции на задаваемые вопросы.
4. Использование сценария для фокусирования респондентов на проблеме.
5. Фокус-группы состояли из 10-12 человек.
6. Время проведения 30 минут.
7. Количество вопросов 10-12.
8. Велась аудиозапись.

Вопросы и описание обсуждения представлены в Приложении 1. Далее приводятся выводы по результатам проведенных фокус-групп.

Выводы и предложения по результатам проведения фокус-групп

1. Еду на завтрак, обед и ужин можно считать традиционной. На обед молодые люди не забывают про первое.
2. По характеристикам продукта можно отметить нестандартные, креативные подходы, например, пряный, солено-сладкое, пестрое, бледно-желтое с вкраплениями бирюзового, слишком соленый вкус.
3. По мнению поколения еда должна быть вкусной, полезной, здоровой, в меру калорийной. Ассоциативный ряд продолжили эмоциональные требования: искушение, наслаждение.

4. Частота приема продуктов различна: менее всего едят (в порядке возрастания) рыбу, сырые овощи и фрукты, вареные овощи. Сладости молодежь употребляет часто, несколько раз в день, особенно это касается напитков.
5. Готовая еда и алкоголь не в приоритете.
6. Зато каждый день и не один раз, видимо во время перекусов, едят бутерброды.
7. В отличие от западной молодежи, которую называют пожирателем снеков, для участников фокус-группы они не являются продуктом приоритетного использования, тем не менее, многие употребляют 1 раз в день.
8. Стать веганом или вегетарианцем подавляющее большинство не стремится. Некоторые пробовали перейти, не понравилось. Это отличие от западной молодежи.
9. Чай и кофе остаются главными ежедневными напитками. Пьют также соки.
10. Молодое поколение выбирает продукты питания самостоятельно, исходя из своих вкусов и предпочтений. Родственники принимают участие в выборе, если проживают вместе с ними.
11. Молодежь покупает продукты питания в основном под настроение, импульсивно, часто предварительно не планируя.
12. Поведение при покупке продуктов также имеет свои особенности. Основная модель покупки – ежедневный поход в магазин, но все чаще молодые люди используют заказы с доставкой, в основном через Интернет, закупки на неделю. Поколение Z обычно ассоциируется с цифровым миром, и покупка продуктов питания не является исключением. Они легко находят информацию о питании при покупке продуктов питания онлайн.
13. На маркировку обращают внимание не всегда. На этикетках и упаковке продуктов питания и напитков при покупке читают информацию о калорийности, дате изготовления, сроке хранения или производителе, составе. Однако, следует отметить, что не были отмечены такие характеристики продуктов, как “натуральные”, “органические” и тому подобное. Таким образом, на сегодняшний день нельзя сказать, что поколение Z привержено экологической устойчивости, а также предпочитает растительное и чистое питание. Кто-то обращает внимание на картинку.
14. В тоже время, к продукции, имитирующей мясо, рыбу и другие продукты, относятся подозрительно или отрицательно, а к заморозке – положительно или нейтрально.
15. Несмотря на выросшую в мире активную деятельность, в том числе, в социальных сетях, и разговоры об изменении климата, научным миром еще не выработан единый подход к взглядам на воздействие деятельности человека на окружающую среду. Поэтому не удивительно, что поколение Z не считает, что их личные решения о еде являются важным

показателем, когда речь идет об устойчивости природы. Таким образом, молодое поколение не задумывается над влиянием продуктов питания на окружающую среду.

16. Среди главных критериев выбора продуктов питания называют: цена, качество, свежесть, безопасность, внешний вид. Многие считают, что все эти характеристики важны.
17. От вредных добавок и веществ не отказываются, относятся к сахару, соли и т.д. спокойно.
18. К блюдам, которыми угостили бы друзей можно отнести: плов с овощами и мясом, рыба сырая, нарезанная кусочками (типа строганины), рыба вареная – лосось, куриное филе с необычным соусом, салат-коктейль, бутерброд с авокадо, тертым сыром, креветками и салатowymi листьями, салат из риса, курицы, арахиса, фарш, завернутый в рис (как голубцы), жареные пельмени, карбонара, панкейки, грар, запечённая курица, пицца, жареная картошечка, хинкали, рыба в духовке, фруктовый салат, салат «Цезарь», торт «Три шоколада», блины со сгущенкой, роллы, бризоль, бургер, мясо по-французски, рулетики с грибами, медовик, шашлык, киш с ветчиной и сыром, лапша Доширак, пицца, роллы, люля-кебаб, восточная кухня, шарлотка, рулетики из лаваша с разными начинками, пироги.
19. К рису относятся очень хорошо и можно включать его в рецепты.
20. Предложения, что можно добавить по вопросу питания вашего поколения: быстрое приготовление, фаст-фуд, еда на заказ. Есть и такое мнение: еда – это просто энергия, что ее дает не так важно. По их мнению здоровое питание – это хороший источник питательных веществ, поэтому еда должна быть богата питательными веществами и элементами. Меньше снеков, дошираков. Еда – выбор каждого. Убрать перекусы. Не объедаться. Контроль питания. Замотивировать прежде всего себя, а также и других. Понравиться себе.

ТЫ ТО, ЧТО ТЫ ЕШЬ.

Таким образом, на мой взгляд, по блюдам можно сделать такие рекомендации:

1. Среди групп блюд выделить:
 - Оригинальные салаты
 - Вторые блюда, содержащие рис.
 - Блюда из рыбы, хотя рыбу мало кто ест регулярно.
 - Бутерброды в форме бургеров
 - Яйца во всех видах.
2. Из мясного и птицы предпочитают птицу.
3. Пользуется популярностью кавказская кухня, называют блюда русской кухни.
4. Можно поработать над соусами.
5. Авторские чаи и напитки, можно вспомнить национальную русскую кухню - морсы.
6. подача должна быть оригинальной.
7. Сочетание продуктов также может быть нестандартным: по цвету, форме, запаху.
8. Хороший источник питательных веществ.

2.2. Формирование рецептур блюд в соответствии с запросами поколения Z

В этой части исследования студенты предложили несколько блюд, учитывая предпочтения молодежи в еде, а также возможность влиять на здоровый выбор еды.

Главным компонентом блюд является птица: курица или индейка. Их мясо относится к диетическим и низкокалорийным. Предложены блюда из телятины и рыбы.

Основной гарнир – картофель в виде пюре с разнообразной подачей, широкий ассортимент овощей, который не только вносит яркие краски в состав блюда, но и обогащает его углеводами, витаминами, минеральными веществами, чем повышают биологическую ценность мяса, птицы и рыбы. В качестве гарнира также предложен рис, который упоминался при анкетировании студентов как один из любимых продуктов.

Для витаминизации и ароматизации, оформления блюда используется зелень.

Ко всем блюдам предлагается соус. Он входит в состав или подается отдельно. Соус придает пикантность и сочность блюду.

Таким образом, студенты постарались задействовать все органолептические рецепторы, чтобы дать возможность полностью ощутить вкус предложенного авторского блюда.

Одна из задач современного повара приготовить блюдо из доступных продуктов, которые востребованы в составе блюд и имеют высокую пищевую ценность. Комбинация продуктов должна учитывать и самые изысканные требования, чтобы блюдо было неповторимым. Посетители должны наслаждаться вкусом, подачей и атмосферой. Важен и еще один фактор. Поколение Z по-другому смотрит на процессы потребления пищи, оно не спешит (появился феномен slowfood), а живет с удовольствием. Эту особенность необходимо учитывать.

Ниже приводится рецептура нескольких блюд, предложенных студентами. Примеры рецептур блюд и таблицы раскладки представлены в Приложении 2.

Медальон из тунца под шубой из шпината и сыра с пассированными овощами и цветной капустой с соусом тар-тар

Смирнов Матвей



Тунец обжаривают на сковороде, до готовности доводят в пароконвектомате. Шпинат бланшируют, добавляют тёртый сыр и специи, выкладывают на тунец, посыпают сыром, запекают.

Гарнир

Овощи (болгарский перец, цукини, лук, баклажаны, морковь) нарезанные соломкой пассеруют. Цветную капусту делят на соцветия, отваривают.

Соус

Яйца варят, отделяют желтки, растирают, соединяют их с горчицей, лимонным соком, взбивают до однородной консистенции, добавляя растительное масло. В полученную массу добавляют мелконарезанные огурцы и зелень, доводят до вкуса. При отпуске выкладывают овощи через квадратную форму, рядом помещают рыбу, цветную капусту. Соус подают на тарелке и в соуснице.

Пикантная курица под клюквенно-медовым соусом с кус-кусом и мексиканской смесью.

Яшкин Анатолий



Филе курицы нарезают на кусочки, обжаривают, добавляют мёд и соевый соус, продолжают обжаривать до золотистой корочки. Засыпают ягоды клюквы, накрывают крышкой, снимают с плиты, настаивают 10 минут. Курицу вынимают, полученный соус процеживают.

Гарнир

Кус-кус варят, овощную смесь обжаривают.

При отпуске курицу выкладывают на тарелку горкой, рядом через кольцо помещают кус-кус, сверху на него овощную смесь. Курицу поливают соусом, украшают ягодами клюквы.

Куриные трубочки с овощами на гриле

Земский Артём



Филе курицы отбивают, посыпают солью и перцем. На середину кладут обжаренные шампиньоны, пассерованный репчатый лук. Сворачивают в виде трубочки. Посыпают сыром и запекают.

Гарнир

Цукини, баклажаны нарезают кружочками, болгарский перец на крупные части, обжаривают на гриле. При отпуске овощи выкладываются по чередованию цветов, рядом куриные трубочки.

Телятина нежная, тушёная в сливочном соусе с пюре из корня сельдерея и луком «фри»

Никонов Дмитрий



Мясо отбивают, нарезают в виде брусочков, обжаривают до готовности с добавлением лука. Соединяют с мукой, добавляют говяжий бульон, сметану, сливки и тушат.

Гарнир

Нарезанный корень сельдерея варят, лук пассеруют. Измельчают в блендере с добавлением чеснока и сливок – до однородной массы.

Лук фри

Лук нарезают полукольцами, панируют в муке, жарят во фритюре.

При отпуске

На тарелку выкладывают пюре из сельдерея, рядом телятину и лук фри. Оформляют стеблем сельдерея.

Курочка «Карри» в сметанном соусе с гарниром из запечённых овощей



Куриное филе нарезают кубиками, посыпают солью, перцем, обжаривают. Соединяют с пассированным луком, кубиками обжаренной тыквы, заливают соусом сметанным, тушат.

Соус

Сливочное масло растапливают, высыпают муку, пассеруют, соединяют со сметаной и специями (куркума, имбирь, прованские травы, сладкая паприка, приправа «карри») и проваривают.

Гарнир

Картофель, морковь, болгарский перец нарезают брусочками, посыпают солью, перцем, обжаривают до румяной корочки. Перекладывают на пергамент, сбрызгивают растительным маслом и запекают до готовности.

При отпуске выкладывают веером дольки картофеля, моркови, болгарского перца, рядом куриное филе «карри», со сметанным соусом.

Тушёная курица в винном соусе и мексиканским гарниром с рисом

Сушанова Алёна



Филе курицы нарезают кубиками, посыпают солью, перцем, добавляют масло, муку, крахмал, обжаривают.

Соус

Сухое вино соединяем с сахарной пудрой, гвоздикой, корицей, очищенным нарезанным лимоном, солью, перцем. Проваривают 10-15 минут. У хлеба срезают корки, нарезают мякиш кубиками, обжаривают и соединяют с прокипячённой винной смесью, проваривают ещё 5 минут, протирают через сито, доводят до кипения. Обжаренную курицу соединяют с приготовленным соусом, тушат.

Гарнир

Рис варят, соединяют с тушёной мексиканской смесью.

При отпуске гарнир выкладывают через кольцо, рядом курицу в винном соусе.

Телятина в медово-соевом соусе с гарниром из риса и луком «фри»

Кузьмичёва Дарья



Мясо телятины нарезают в виде брусочков, обжаривают. Соевый соус соединяют с мёдом, перемешивают до растворения, соединяют с обжаренным мясом. Тушат лук, нарезанный кольцами, панируют в муке, жарят во фритюре

При отпуске

На отварной рис укладывают кубики тушёной телятины, рядом помещают лук «фри», посыпают кунжутом.

Филе судака в арахисе под сливочным соусом с гарниром из лапши цуккини и авокадо

Тихомиров Владислав



Судака (без кожи и костей) нарезают на порционные куски, посыпают солью, перцем, панируют в измельчённом арахисе, обжаривают. Подготовленный цуккини нарезают в виде лапши, бланшируют. Помидоры нарезают кружочками – обжаривают. Авокадо, нарезанное под углом 45 градусов, припускают 5 минут.

Соус

Растопленное сливочное масло соединяют с солью, перцем, укропом, чесноком, перемешивают, вливают сливки, подогревают до загустения соуса.

При отпуске

Судак поливают соусом, рядом кладут кружочки жаренных помидор, сверху «лапшу» из цуккини. Дополнительный гарнир – авокадо.

Куриное филе фаршированное двумя видами сыра с картофелем алиго и сливочным соусом
Гожев Александр



Подготовленное филе курицы разрезают вдоль, чтобы образовался кармашек, смазывают маринадом, в состав которого входят винный уксус, растительное масло, чеснок, соль, перец. Наполняют кармашек сырной смесью (натёртый полутвёрдый сыр и твороженный сыр). Сверху кладут шпинат, посыпают сыром. Заворачивают в фольгу и запекают.

Гарнир

Картофельное пюре соединяют с тёртым сыром.

Соус

Сливочное масло растапливают, всыпают муку, пассеруют, постепенно вводят сливки, проваривают.

При отпуске куриное филе надрезают вдоль, рядом кладут пюре в виде треугольной формы, украшают сырным чипсом, рядом помещают помидоры черри, листья шпината, посыпанные кунжутом.

Филе индейки тушёное в сливочно-винном соусе с гарниром из картофельного пюре со шпинатом

Квашнина Вероника



Филе индейки на порционные куски, отбивают, посыпают солью, перцем, маринуют с добавлением растительного масла, соли, перца красного и чёрного, копчёной паприки, панируют в муке, обжаривают. Добавляют обжаренные шампиньоны, пассированный лук, сливочный соус и прогревают 3-5 минут.

Соус

В растопленное сливочное масло всыпают просеянную муку, пассеруют, вводят сливки, выпаренное сухое белое вино и увариваем до средней густоты.

Гарнир

В картофельное пюре добавляют мелко рубленный чеснок, шпинат тушёный в сливках. Перемешивают и прогревают.

При отпуске гарнир выкладывают через кольцо разного диаметра, рядом кусочки индейки, поливают соусом. Оформляют листочками шпината.

2.3. Проект «Студенческое кафе» для реализации концепции питания молодежи

Исследование выявило ряд проблем, связанных с питанием молодого поколения, которые требуют своего решения. Встает вопрос, каким образом, через какие механизмы их можно решить. Для реализации предлагается один из вариантов – создание сети студенческих кафе. Далее описаны основные подходы, которые реализуются в Ярославском колледже индустрии питания.

Название проекта: Создание студенческого кафе в рамках учебно-производственного комплекса для предоставления услуг общественного питания потребителям при активном участии студентов в организации питания и обслуживания.

Идея создания «Студенческого кафе» заключается в организации реального предприятия, на базе которого производится разработка, приготовление и реализация студентами авторской продукции под руководством наставников из числа педагогов и партнеров-работодателей.

Студенческое кафе разработано с целью приобретения студентами опыта в сфере общественного питания в реальных условиях, также немало важной целью являлось производство студентами натуральной, здоровой и недорогой продукции и быстрое обслуживание студентами.

Дата создания СК – январь 2020 г. За прошедший период идея прошла несколько этапов:

- формулирование идеи,
- разработка концепции,
- расширение продуктовой линейки: обсуждение меню и включение новых блюд, угощений,
- функциональное расширение.



Рисунок 9 – Студенческое кафе

Концепция проекта:

Разработка представляет собой социальный проект, основной целью которого является приобретение профессиональных компетенций студентами в сфере общественного питания в реальных условиях студенческого кафе, отработка механизма наставничества, удовлетворение гастрономических потребностей поколения Z. Но появилась и еще одна задача - работа с молодежью по осознанному восприятию своего здоровья и влияние при необходимости на поведение молодого поколения в отношении питания.

Другая цель проекта - создание неспециализированного кафе типа Quick-service, предлагающего натуральные и недорогие блюда, здоровую еду хорошего уровня качества и с быстрым обслуживанием. Планируется, что кафе будет работать также во второй половине дня по заказам и для обслуживания гостей и групп.

Концепция проекта выражается в слогане «Здоровье со вкусом».

Дополнительные услуги: кейтеринговое обслуживание, приготовление блюд и кондитерских изделий на заказ, доставка на дом, в режиме take away, организация праздников и др. мероприятий, обслуживание туристических групп.

Миссия проекта:

Студенческое кафе – это

- площадка для творчества, идей и авторских блюд;
- территория общения и самореализации, территория вкуса.

Основные цели проекта:

- увеличение дохода за счет привлечения новых сегментов потребителей,

- привлечение дополнительных средств для поддержания и развития учебно-материальной базы производственных участков и обеспечения учебного процесса и социальной защиты обучающихся и работников учебного заведения,
- создание условий отработки студентами навыков организации и управления предприятием в сфере индустрии питания,
- внедрение механизма наставничества (педагог-студент, студент-студент),
- повышение уровня профессиональной подготовки студентов
- разработка и предложение авторских блюд в концепции «Вкус и здоровье»,

Основные направления деятельности:

- Приобретение профессиональных компетенций
- Содержательный отдых
- Инновационная площадка:
- Апробация авторских блюд в концепции «Здоровье со вкусом»
- Маркетинговые исследования
- Отработка новых видов обслуживания.

В студенческом кафе создаются условия для отработки навыков развития и управления предприятием в сфере индустрии питания.

Дальнейшие перспективы – расширение команды, дополнение и обновление ассортимента выпускаемой продукции кафе, в котором посетители смогут угоститься вкусными и здоровыми блюдами, малокалорийными десертами и выпечкой, насладиться свежесваренным кофе и авторским чаем. В кафе есть возможность воплощать в жизнь самые смелые задумки студентов.

У каждого участника проекта есть возможность реализовать себя в роли кондитера, пекаря, бариста, бармена, официанта, менеджера, а со временем, наставника над студентами младших курсов. Несомненно, этот опыт пригодится в профессиональной деятельности.

Как выяснилось, проект «Студенческое кафе» создает оптимальные условия для реализации многоуровневой системы наставничества для развития необходимых компетенций у студентов-участников проекта с последующим трудоустройством не менее 80% у ведущих работодателей-партнеров колледжа.

Эта система включает следующие подпроцессы наставничества:

- мастер ↔ студент
- преподаватель → студент
- работодатель ↔ студент
- работодатель ↔ педагог

- студент → студент
- студент – школьник.

Наиболее успешные студенты-участники проекта, пройдя все этапы обучения, становятся наставниками у студентов-новичков и даже у школьников.

На этапе расширения ассортимента среди студентов были проведены опросы, дегустации. Так, для увеличения полноты ассортимента десертов предложены:

- Торт «Красный бархат»;
- Торт Шоколадный;
- Торт Морковный;
- Торт «Праздничный»;
- Капкейк шоколадный;
- Ватрушка королевская;
- Рулет бисквитный;
- Рулет «Белочка»;
- Кейк-попс;
- Нуга с орехами, курагой и изюмом;
- Маршмеллоу;
- Маршмеллоу «Ирландский кофе»;
- Американское овсяное печенье;
- Безе;
- Меренга швейцарская;
- Сэндвич «Сердце»;
- Набор трюфельных конфет.

За счёт того, что студенческое кафе мастеров-наставников продолжает развиваться, появляются желающие, которые хотят получить опыт в поварском и официантском деле. Студенты учатся работать в команде и помогать коллегам по работе, повара изучают новые вкусы и готовят натуральные, вкусные и здоровые десерты, из-за чего расширяется студенческое меню, а официанты учатся находить общий язык с людьми и обслуживать их.

Так, Москалев Аким — участник студенческого кафе. Проводил самостоятельно матер-классы для студентов колледжа, участвовал в Чемпионате Chef a la Russe (II место), Региональном чемпионате Ворлдскиллс Ярославской области (I Место), Итоговых соревнованиях Ворлдскиллс в Санкт-Петербурге (участник), сейчас работает в ресторане История Любви (<https://story-love-yar.vsite.biz/news/68>) и участвует в подготовке студентки Даши Николаевой к чемпионату «Профессионалы», также был экспертом при проведении отборочных соревнований.



Рисунок 10 – Участники чемпионата «Молодые профессионалы»

Кузнецова Екатерина — участница двух Региональных чемпионатов Ворлдскиллс 2021 и 2022 г. (2 и 1 место) Итоговых соревнованиях Ворлдскиллс в Екатеринбурге. В настоящее время является наставником группы 1 ТХКМ и ведет подготовку команды 3 чел к участию в чемпионате «Профессионалы».



Рисунок 11 – Участники отборочного тура Всероссийского кулинарного конкурса

Воронова Александра — участница Регионального чемпионата Ворлдскиллс 2021, в настоящее время является нашей сотрудницей (экономист) и ведет подготовку участника для чемпионата «Профессионалы»,

В настоящее время кафе находится на этапе функционального расширения. И данное исследование это подтверждает. Студенты учатся проводить исследования, анализировать,

делать выводы, мыслить логично и креативно. Налаживаются тесные контакты с работодателями. В рамках проекта разрабатываются разные виды взаимодействия:

- Проведение практических занятий и мастер-классов.
- Проведение экскурсий.
- Корректировка учебной документации
- Организация и проведение совместных маркетинговых исследований.
- Проведение теоретических занятий.

Проходят встречи с экспертным сообществом. Центр делового образования ЯрТПП предложил участвовать в проекте «Лаборатория креативного предпринимательства».

Студенты предложили идеи для открытия своих предприятий общественного питания:

- Молочный коктейль-бар
- Чил-аут+лаундж-кафе
- Музей-кафе «Улов»
- Юмористическое кафе «Пупа и Лупа»
- Ресторан здорового питания «На пару»
- Сырное кафе в городском парке «Сыротворение»
- Детское кафе «Курочка Ряба»
- Ресторан турецкой кухни «Шахерезада»
- Экологический ресторан абхазской кухни «Абхазский дворик»
- Кафе спортивного питания
- Кафе-вафельная «Wafel» и другие.

Таким образом, проект «Студенческое кафе» является актуальным и продолжает успешно развиваться, выполняя поставленные задачи, среди которых:

- Реализация системы наставничества
- Загрузка мастерских, УПУ
- Получение практического опыта ведения бизнеса
- Привлечение работодателей
- Повышение уровня мотивации студентов к получению профессии
- Профессиональная ориентация студентов и школьников
- Приобретение профессионально важных качеств (определение специализации)
- Трудоустройство лучших студентов еще во время обучения
- Получение предпринимательских навыков.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключении необходимо отметить, что поколение Z думает о своем физическом и психологическом здоровье. Они реально оценивают свое здоровье, но не спешат предпринимать какие-либо конкретные шаги для улучшения. Практичность и осознанность определяют отношение нового поколения к здоровью.

Поколение Z оптимистично, заботится о своем общем благополучии, но у них не так много денежных средств, чтобы удовлетворить желания и осуществить все свои мечты. Они разбираются в полезных свойствах продуктов и любят перекусывать.

Они заинтересованы в том, чтобы продукты питания были интересными, насыщенными питательными веществами и пригодными для перекусов.

Практичные, хорошо осведомленные и активные Gen Z собираются добиться успеха, и социальные сети станут их инструментом. Для дальнейшего исследования поколения Z необходимо использовать прежде всего Интернет и социальные сети. Можно предложить, например, такие коммуникационные каналы, как информационно-развлекательные программы о продуктах питания, о новых оригинальных рецептах. При этом использовать применение мобильных устройств, мультиплатформенных, наглядных, основанных на видео, с инструментами и рецептами, соответствующими их жизненному этапу. Необходимо также изучить поведение потребителей Z при покупке продуктов питания. Их характеризует умеренность и забота о себе. А вот запроса на персонализированный, особый сервис у поколения Z нет.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. 2022 Food and Health Survey Spotlight: Generation Z [Электронный ресурс]: – URL: <https://foodinsight.org/spotlight-generation-z/> (дата обращения: 07.02.2023).
2. FSA. ‘Food and You. Wave 5, 2019’. Food Standards Agency. (2019)
3. Howe, Neil; Strauss, William (1991). Generations: The History of America’s Future, 1584 to 2069. New York: William Morrow & Company. ISBN 978-0-688-11912-6.
4. Е. Шамис Почему нынешние дети и подростки Z – это поколение гурманов / Е. Шамис [Электронный ресурс]: – URL: <https://www.sobaka.ru/kostroma-jaroslavl-ivanovo/bars/trends/125272> (дата обращения: 27.02.2023).
5. Самоукина, Наталья Васильевна. С17 Теория поколений в российском менеджменте. Лучшие практики управления разновозрастными командами: подбор, обучение, мотивация : монография / Н.В. Самоукина. — Москва : РУСАЙНС, 2018. — 186 с.

Обсуждение вопросов питания в процессе проведения фокус-групп

Группа 15 ТЕХ

Специальность: технология продукции общественного питания

1. Назовите свое любимое блюдо

– На завтрак: лазанья, каша, йогурт, молочное

– Обед: суп, борщ, жаркое, вок.

– Ужин: лазанья, салат, рыба, кефир, что есть, греча

2. Перечислите основные характеристики продукта, который больше всего вам нравится: запах, вкус, цвет, консистенция:

красный, коричневый, вкус жареной курицы, твердое, **солено-сладкое, пестрое, бледно-желтое с вкраплениями бирюзового**, запах отвратительный, **слишком** соленый вкус, белый цвет, горьковатый вкус, запах сладкий, цвет белый, консистенция твердожидкая, сладкий, розовый, запах сладкий, кислый, бежевый, желеобразное, сладкий вкус, (сладкое немногие предпочитают),

3. С какими словами у вас ассоциируется ЕДА: вкусно, полезно, здорово, искушение, калорийность.

4. Как часто вы едите (в день):

– Овощи: в основном 1, некоторые – 0.

– Вареные овощи: чаще, чем сырые, но тоже немного 1-2.

– Фрукты: чаще 0 или 1.

– Мясо: почти все 1 или 2 раза.

– Рыбу: большинство 0.

– Бутерброды: каждый день- все, чаще 2-3.

– Готовую еду: большинство не покупают.

– Снеки: большинство – нет.

– Алкоголь: большинство – нет.

– Сладости, включая безалкогольные напитки: все и не менее 2-3 раз до 5.

5. Хотели бы вы стать веганом, вегетарианцем: подавляющее большинство – нет.

6. Ваш любимый напиток: остаются кофе, чай. Упомянули пиво.

7. Кто в основном влияет на ваш выбор продуктов питания: в основном сами, у некоторых - родные.

8. Что в основном влияет на ваш выбор продуктов питания: настроение, стресс, усталость, нервы.

9. Назовите ваш основной способ покупки продуктов питания:

- Заказ, доставка в Интернете – **набирает популярность**
- Хожу в магазин регулярно, по пути домой **Основной**
- Закупаю продукты на неделю
- Предпочитаю готовую еду, питаюсь в столовой или кафе
- Ваш вариант _____

10. Обращаете ли вы внимание на этикетки на упаковке продуктов питания и напитков при покупке:

- Всегда
- Никогда
- Да, если возникают сомнения в качестве продукта
- Только для скоропортящихся продуктов
- Ваш вариант _____

ДА, обращают: калорийность, дата изготовления, срок хранения, производитель.

11. Согласны ли вы с утверждением: Мое поколение обеспокоено воздействием выбора продуктов питания на окружающую среду:

- ДА
- **НЕТ**
- Затрудняюсь ответить

12. Какой критерий влияет на выбор продуктов питания: **ВСЕ перечисленное.**

- Цена
- Качество
- Свежесть
- Безопасность
- Упаковка.

13. Как вы относитесь к искусственному мясу, вообще подобным продуктам: с подозрением, отрицательно, 50/50.

14. Как вы относитесь к замороженным продуктам: в основном положительно.

15. Избегаете ли вы использования сахара, соли, химии и др. не очень полезных веществ и добавок: нет, отношение спокойное.

Группа 16 ТЕХ

Специальность: технология продукции общественного питания

1. Назовите свое любимое блюдо
 - На завтрак: яичница с беконом, бутерброды, сыр.
 - Обед: харчо, борщ.
 - Ужин: отбивная с гарниром, мясо по-французски
2. Перечислите основные характеристики продукта, который больше всего вам нравится: запах, вкус, цвет, консистенция: пряный, в меру соленый, коричневый, мягкая.
3. С какими словами у вас ассоциируется ЕДА: Вкусно, сытно, полезно, ароматный.
4. Как часто вы едите (в день):
 - Овощи: в основном 1-2.
 - Вареные овощи: чаще, чем сырые, но тоже немного 1.
 - Фрукты: 1.
 - Мясо: большинство 1, редко 2.
 - Рыбу: большая часть 0, иногда - 1.
 - Бутерброды: каждый день- все, чаще 1-2.
 - Готовую еду: большинство не покупают, только 2 ответили положительно.
 - Снеки: большинство – 1.
 - Алкоголь: большинство – нет.
 - Сладости, включая безалкогольные напитки: все и не менее 2-3 раз до 5.
5. Хотели бы вы стать веганом, вегетарианцем: подавляющее большинство – нет.
6. Ваш любимый напиток: остаются чай, сок, кофе.
7. Кто в основном влияет на ваш выбор продуктов питания: родители.
8. Что в основном влияет на ваш выбор продуктов питания: настроение, условия.
9. Назовите ваш основной способ покупки продуктов питания: все варианты используются в зависимости от условий, особенно: заказ, доставка в Интернете, хожу в магазин регулярно, по пути домой, закупаю продукты на неделю.
10. Обращаете ли вы внимание на этикетки на упаковке продуктов питания и напитков при покупке. Обращают внимание на состав, срок годности. Упомянули также картинку.
11. Согласны ли вы с утверждением: Мое поколение обеспокоено воздействием выбора продуктов питания на окружающую среду. Половина ответили утвердительно.
12. Какой критерий влияет на выбор продуктов питания. Среди критериев назвали: свежесть, безопасность, цену, качество.

13. Как вы относитесь к искусственному мясу, вообще подобным продуктам.

Отрицательно

14. Как вы относитесь к замороженным продуктам: нормально или хорошо.

15. Избегаете ли вы использования сахара, соли, химии и др. не очень полезных веществ и добавок. Большинство относится безразлично, редко избегают.

Группа 43 ПОВ

Профессия: повар, кондитер

1. Назовите свое любимое блюдо

– На завтрак: яичница, запеканка, сырники, омлет, вареные яйца.

– Обед: рассольник, солянка, щи.

– Ужин: плов, макароны с колбасой.

2. Перечислите основные характеристики продукта, который больше всего вам нравится: запах, вкус, цвет, консистенция: кислое, большое и сладкое, маленькое и соленое, сладкое, твердое.

3. С какими словами у вас ассоциируется ЕДА: жизнь, вкусно, питательно, сытно, насыщено, много и сытно, ням-ням.

4. Как часто вы едите (в день):

– Овощи: в основном 1-2.

– Вареные овощи: чаще, чем сырые, но тоже немного 0-1.

– Фрукты: 3-8.

– Мясо: большинство 1-2.

– Рыбу: большая часть 0, иногда - 1.

– Бутерброды: по-разному от 0 до 6.

– Готовую еду: что-нибудь покупают почти каждый день.

– Снеки: большинство – 1, значительная часть - 0.

– Алкоголь: большинство – нет.

– Сладости, включая безалкогольные напитки: каждый день.

5. Хотели бы вы стать веганом, вегетарианцем: подавляющее большинство – нет.

6. Ваш любимый напиток: остаются чай, сок, кофе, но называли и мио, какао, топленое молоко.

7. Кто в основном влияет на ваш выбор продуктов питания: решение в основном принимают сами, иногда родственники.

8. Что в основном влияет на ваш выбор продуктов питания: привычка.

9. Назовите ваш основной способ покупки продуктов питания: доставку используют все.

10. Обращаете ли вы внимание на этикетки на упаковке продуктов питания и напитков при покупке. Обращают внимание в зависимости от продукта на состав, внешний вид, массу.

11. Согласны ли вы с утверждением: Мое поколение обеспокоено воздействием выбора продуктов питания на окружающую среду. «Мне все равно», «Не думаю».

12. Какой критерий влияет на выбор продуктов питания. Среди критериев назвали: внешний вид, срок годности, свежесть, безопасность, цену, качество. На первом месте – качество.

13. Как вы относитесь к искусственному мясу, вообще подобным продуктам.
Отрицательно

14. Как вы относитесь к замороженным продуктам: нормально или хорошо.

15. Избегаете ли вы использования сахара, соли, химии и др. не очень полезных веществ и добавок. Нет.

Рецептуры блюд и таблицы раскладки

Медальон из тунца под шубой из шпината и сыра с пассированными овощами, цветной капустой и соусом тар-тар

Смирнов Матвей

Таблица раскладки 1

№ п/п	Наименование продуктов	Норма закладки на одну порцию		Норма закладки на две порции		Норма закладки на 100_ порции	
		Брутто	Нетто	Брутто	Нетто	Брутто	Нетто
1.	Медальон из тунца	115	115	230	230	11500	11500
2.	Шпинат	5	5	10	10	500	500
3.	Сыр	20	20	40	40	2000	2000
4.	Соль	1	1	2	2	100	100
5.	Итальянские травы	1	1	2	2	100	100
6.	Цукини	31	26	62	52	3100	2600
7.	Красный лук	32	26	64	52	3200	2600
8.	Болгарский перец	34	26	68	52	3400	2600
9.	Баклажан	32	26	64	52	3200	2600
10.	Морковь	36	26	72	52	3600	2600
11.	Цветная капуста	99	84	198	168	9900	8400
12.	Лимонный сок	3	3	6	6	300	1500
13.	Яйца (желток)	30	30	60	60	3000	3000

14.	Масло раст.	15	15	30	30	1500	1500
15.	Укроп	1	1	2	2	100	100
16.	Огурец свеж.	7	5	14	10	700	500
17.	Горчица	3	3	6	6	300	300
18.	Зеленый лук	1	1	2	2	100	100
19.	Черный перец молотый	0.21	0.21	0.42	0.42	21	21
20.	Кориандр	0.02	0.02	0.04	0.04	2	2
	Масса полуфабриката (сырьевой набор):						
	Масса готового блюда (изделия):	-	125/190/50	-	250/390/100	-	12500/19000/5000

Обжаренная курица с гарниром из кус куса и овощной смеси под клюквенно-медовым соусом

Яшкин Анатолий

Таблица раскладки 2

№ п/ п	Наименование продуктов	Норма закладки на одну порцию		Норма закладки на две порции		Норма закладки на 100_ порции	
		Брутто	Нетто	Брутто	Нетто	Брутто	Нетто
1.	Куриное филе	125	123	250	246	12500	12300
2.	Масло растительное	10	10	20	20	1000	1000
3.	Кус кус	35	35	70	70	3500	3500
4.	Вода	70	70	140	140	7000	7000
5.	Мексиканская смесь	50	50	100	100	5000	5000
6.	Мед	60	60	120	120	6000	6000
7.	Соевый соус	80	80	160	160	8000	8000
8.	Клюква	47	40	94	80	4700	4000
9.	Масса полуфабриката (сырьевой набор):	-	468	-	936	-	46800
10.	Масса готового блюда (изделия):	-	110/70/50/20	-	220/140/100/40	-	11000/7000/5000/2000

Телятина нежная тушеная в сливочном соусе с пюре из корня сельдерея и луком «фри»

Никонов Дмитрий

Таблица нормы закладки, пищевой и энергетической ценности блюда

№	Наименование продуктов	Норма закладки сырья		Пищевая и энергетическая ценность блюда (изделия)			
		Масса брутто, г	Масса нетто, г	Белки	Жиры	Углеводы	Энерг. ценность (калл)
1	Телятина:			45.43	28.22	12.85	490.47
2	Телятина (мякоть)	250	200				
3	Лук репчатый	65	45				
4	Сливки 10%	50	50				
5	Масло сливочное	10	10				
6	Сметана 20%	50	50				
7	Мука	6	6				
8	Масло растительное	10	10				
9	Соль	3	3				
10	Черный перец	0,05	0,05				
11	Хмели - сунели	0,05	0,05				
12	Говяжий бульон	50	50				
13	Основной гарнир:			3.91	5.85	14.84	125.20
14	Корень сельдерея	140	110				
15	Лук репчатый	60	42				
16	Чеснок	3,75	3,75				
17	Соль	1,5	1,5				
18	Сливки 10%	55	55				
19	Черный перец	0,5	0,5				
20	Дополнительный гарнир:			2.08	15.16	16.44	209.80
21	Лук	75	50				
22	Мука	15	15				
23	Масло фритюрное	20	20				

	Масса полуфабриката (сырьевой набор):						
	Масса готового блюда (изделия):	-	250/150/40	51.42	49.23	44.13	825.47